



ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО ВОЗДУШНОГО ТРАНСПОРТА  
(РОСАВИАЦИЯ)

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ  
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ  
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ГРАЖДАНСКОЙ АВИАЦИИ  
ИМЕНИ ГЛАВНОГО МАРШАЛА АВИАЦИИ А.А. НОВИКОВА»

УТВЕРЖДАЮ  
Ректор Ю.Ю. Микальчевский  
« 30 » 2023 года

## **ПРОГРАММА ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ (ПРЕДДИПЛОМНОЙ) ПРАКТИКИ**

Направление подготовки  
**42.03.01 Реклама и связи с общественностью**

Направленность программы (профиль)  
**Реклама и связи с общественностью в авиабизнесе**

Квалификация выпускника  
**бакалавр**

Форма обучения  
**очная**

Санкт-Петербург  
2023

## **1. Цели производственной (преддипломной) практики**

Целями производственной (преддипломной) практики по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» профилю «Реклама и связи с общественностью в авиабизнесе» являются:

- получение профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности;
- сбор материала для написания выпускной квалификационной работы.

## **2. Задачи производственной (преддипломной) практики**

- изучить структуру, историю создания, цель, задачи и направления деятельности принимающей организации;
- самостоятельно организовать или принять участие в проведении конкретного PR-мероприятия;
- подготовить описание данного PR-мероприятия, проанализировать средства и методы, использованные при реализации мероприятия, достоинства и недостатки его организации и проведения, оценить его эффективность, сформулировать рекомендации;
- собрать теоретический и эмпирический материал, необходимый для написания выпускной квалификационной работы;
- подготовить черновой вариант практической главы выпускной квалификационной работы.

## **3. Формы и способы проведения производственной (преддипломной) практики**

Производственная (преддипломная практика) проводится путем выделения в графике учебного процесса непрерывного периода учебного времени (в неделях), предусмотренного ОПОП ВО (8 семестр, 18 недель).

Способы проведения производственной практики:

- стационарная (в структурных подразделениях Университета: на кафедрах и факультетах, учебно-производственных мастерских, других научно-образовательных подразделениях Университета);
- в профильных организациях, расположенных на территории Санкт-Петербурга и его ближайших пригородах) выездная (в профильных организациях, расположенных вне Санкт-Петербурга).

## **4. Перечень планируемых результатов**

В результате прохождения производственной (преддипломной) практики обучающийся должен демонстрировать следующие результаты обучения:

Перечень и код компетенций	Перечень планируемых результатов обучения на производственной практике
<p>Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач (УК-1)</p>	<p><b>Знать:</b> Обучающийся целостно раскрывает сущностные характеристики, демонстрирует сформированные системные знания особенностей формирования целей поиска и анализа, выбора источника информации, системного подхода решения задач.</p> <p><b>Уметь:</b> Обучающийся реализует умение осуществлять поиск информации; выбирать, использовать необходимую информацию, сравнивать, выявлять связи, проверять достоверность информации, резюмировать информацию.</p> <p><b>Владеть:</b> Обучающийся демонстрирует свободное, успешное и систематическое применение навыков научного мышления, навыков анализа, синтеза, обобщения, выделения информации, выявления связей, свойств, зависимостей между элементами системы, навыками применения системного подхода для решения поставленных задач.</p>
<p>Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде (УК-3)</p>	<p><b>Знать:</b> основы деловой этики и принятые профессиональным сообществом этические нормы, основные правила коммуникации.</p> <p><b>Уметь:</b> применять технологии организации коллективных работ</p> <p><b>Владеть:</b> техниками коммуникации с участниками проекта.</p>
<p>Способен воспринимать межкультурное разнообразие обществ в социально-историческом, этическом и философском контекстах (УК-5)</p>	<p><b>Знать:</b> концепции социальных, этнических, конфессиональных и культурных различий, основы толерантного поведения, основы командообразования.</p> <p><b>Уметь:</b> взаимодействовать с представителями иных социальных, этнических, конфессиональных и культурных групп, работать в коллективе по решению конкретных проектных задач.</p> <p><b>Владеть:</b> навыками толерантного поведения и командной работы.</p>
<p>Способен создавать и поддерживать безопасные условия жизнедеятельности, в том числе при возникновении чрезвычайных ситуаций (УК-8)</p>	<p><b>Знать:</b> основные методы защиты от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий.</p> <p><b>Уметь:</b> пользоваться основными методами защиты от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий.</p> <p><b>Владеть:</b> приёмами оказания первой помощи пострадавшим в и экстремальных ситуациях.</p>

<p>Способен формировать нетерпимое отношение к проявлениям экстремизма, терроризма, коррупционному поведению и противодействовать им в профессиональной деятельности (УК-10)</p>	<p><b>Знать:</b> основные термины и понятия гражданского права, используемые в антикоррупционном законодательстве, действующее антикоррупционное законодательство и практику его применения; признаки экстремизма и терроризма, способы противодействия им в профессиональной деятельности.</p> <p><b>Умеет:</b> правильно толковать гражданско-правовые термины, используемые в антикоррупционном законодательстве; давать оценку коррупционному поведению и применять на практике антикоррупционное законодательство; противодействовать экстремизму и терроризму в соответствии с нормами российского и международного законодательства.</p> <p><b>Владеть:</b> навыками правильного толкования гражданско-правовых терминов, используемых в антикоррупционном законодательстве, а также навыками применения на практике антикоррупционного законодательства, правовой квалификацией коррупционного поведения и его пресечения; навыками противодействия экстремизму и терроризму.</p>
<p>Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем (ОПК-1);</p>	<p><b>Знать:</b> общественные и рыночные тенденции в сфере создания и реализации медиатекстов и медиапродуктов, различных медиасегментов и платформ и их отличительные черты, основы литературного редактирования; особенности норм русского и иностранных языков;</p> <p><b>Уметь:</b> применять навыки создания текстов рекламы и связей с общественностью; создавать тексты рекламы и связей с общественностью, определять отличительные черты медиасегментов и платформ;</p> <p><b>Владеть:</b> навыками литературного редактирования, копирайтинга, создания медиатекстов и медиапродуктов в соответствии с нормами русского и иностранного языков.</p>
<p>Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах (ОПК-2)</p>	<p><b>Знать:</b> закономерности и этапы исторического процесса, основные исторические факты, даты, события и имена исторических деятелей России; основные события и процессы отечественной истории в контексте мировой истории.</p> <p><b>Уметь:</b> критически воспринимать, анализировать и оценивать историческую информацию, факторы и механизмы исторических изменений.</p> <p><b>Владеть:</b> навыками анализа причинно-следственных связей в развитии российского государства и общества; местачеловека в историческом процессе и политической.</p>

<p>Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов <b>(ОПК-3)</b></p>	<p><b>Знать:</b> теоретические основы отечественного и мирового культурного процесса.  <b>Уметь:</b> учитывать достижения отечественной и мировой культуры, а также специфику средств художественной выразительности в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.  <b>Владеть:</b> навыками использования многообразия достижений отечественной и мировой культуры в процессе профессиональной деятельности.</p>
<p>Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности <b>(ОПК-4)</b></p>	<p><b>Знать:</b> специфику профессиональной деятельности, содержание профессиональных функций.  <b>Уметь:</b> решать задачи профессиональной деятельности под управлением.  <b>Владеть:</b> коммуникативными и управленческими навыками в области рекламы и связей с общественностью.</p>
<p>Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования <b>(ОПК-5)</b></p>	<p><b>Знать:</b> теоретические основы рекламы и связей с общественностью как коммуникационных практик; технологию рекламы и связей с общественностью.  <b>Уметь:</b> применять закономерности и модели теории коммуникации при анализе технологий рекламы и связей с общественностью.  <b>Владеть:</b> навыками анализа тенденций рекламной и PR-коммуникации.</p>
<p>Способен использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии <b>(ОПК-6)</b></p>	<p><b>Знать:</b> современные цифровые устройства, платформы и программное обеспечение для всех этапов создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.  <b>Уметь:</b> использовать информационные технологии для разработки отчетности о проделанном анализе медиа.  <b>Владеть:</b> навыками использования информационных технологий для анализа потребностей и тенденций рынка (по данным СМИ и социальных медиа).</p>

<p>Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности (ОПК-7)</p>	<p><b>Знать:</b> сущность цеховых принципов социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности; устанавливать и поддерживать взаимоотношения в социальной и профессиональной сфере, исходя из нетерпимости к коррупционному поведению и проявлениям экстремизма.</p> <p><b>Уметь:</b> осуществлять отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятыми профессиональным сообществом, исходя из нетерпимости к коррупционному поведению и проявлениям экстремизма.</p> <p><b>Владеть:</b> Навыками отбора информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью, исходя из нетерпимости к коррупционному поведению и проявлениям экстремизма.</p>
<p>Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий (ПК-2)</p>	<p><b>Знать:</b> стратегии и тактики планирования коммуникационных проектов и специальных мероприятий, особенности внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры, знает технологии медиарилейшнз и медиапланирования, основные технологии копирайтинга.</p> <p><b>Уметь:</b> организовывать внутренние коммуникации и мероприятия по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры, осуществлять тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии, использовать технологии медиарилейшнз и медиапланирования, использовать основные технологии копирайтинга в онлайн и офлайн среде в онлайн и офлайн среде.</p> <p><b>Владеть:</b> тактиками планирования мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии, технологиями медиарилейшнз и медиапланирования, копирайтинга в онлайн и офлайн среде.</p>

<p>Способен осуществлять автorskую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта. (ПК-3)</p>	<p><b>Знать:</b> особенности создания информационных поводов для кампаний и проектов, основы создания сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR- кампании, инструментов трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности, текстов рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта</p> <p><b>Уметь:</b> учитывать специфику каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта при создании с информационных поводов для кампаний и проектов, создании сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании, использовать инструменты трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности, формировать тексты рекламы и связей с общественностью.</p> <p><b>Владеть:</b> навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, информационных поводов для кампаний и проектов, сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании, инструментами трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности, с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта.</p>
<p>Способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта (ПК-4)</p>	<p><b>Знать:</b> специфику маркетинговых исследований, основные маркетинговые инструменты и методы производства и реализации коммуникационного продукта.</p> <p><b>Уметь:</b> использовать основные маркетинговые инструменты при планировании производства и реализации коммуникационного продукта.</p> <p><b>Владеть:</b> навыками организации и выполнении маркетинговых исследований, принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, использовании маркетинговых инструментов при планировании производства и реализации коммуникационного продукта.</p>

## 5. Место производственной (преддипломной) практики в структуре ОПОПВО

Производственная (преддипломная) практика базируется на результатах обучения, полученных обучающимися при изучении следующих дисциплин, практик:

- Ресурсное обеспечение авиабизнеса;
- Социология и психология рекламы и связей с ообщественностью;
- Основы информационно-аналитической работы;
- Коммуникационное обеспечение авиабизнеса;
- Основы управления проектами в рекламе и связях с общественностью;
- Правовое и этическое регулирование в рекламе и связях с общественностью;

- Методы оценки эффективности технологий рекламы связей с общественностью;
- Разработка и технологии производства рекламного продукта в авиабизнесе;
- Аналитика дискурса авиабизнеса;
- Проблемы развития отраслевого рынка рекламы и связей с общественностью.

Преддипломная практика проводится в 8 семестре.

## **6. Объем производственной (преддипломной) практики**

Общая трудоемкость производственной (преддипломной) практики составляет 9 зачетных единиц, продолжительность 6 недель, 324 академических часа.

Промежуточная аттестация по практике проводится в форме зачета с оценкой.

## **7. Рабочий график (план) проведения производственной (преддипломной) практики**

Разделы (этапы) практики	Содержание этапов практики
Исследовательский этап	изучение структуры и работы организации, изучение документов (штатного расписания, должностных инструкций и т.д.)
Производственный этап	<ul style="list-style-type: none"> <li>- изучение структуры технологических процессов разработки, создания и продвижения рекламного продукта в организации;</li> <li>- выполнение под контролем руководителя профессиональных функций в области рекламы и связей с общественностью;</li> <li>- использование навыков работы в отделах рекламы и связей с общественностью с учетом технологий производства рекламной продукции;</li> <li>- применение методов планирования и организации коммуникационных кампаний и мероприятий, сегментирования и проведения рекламных и других мероприятий в сфере рекламы и связей с общественностью;</li> <li>- реализация информационно-коммуникационных технологий с учетом основных требований информационной безопасности;</li> <li>- применение навыков организации, планирования, подготовки к выпуску, производству и распространению рекламной продукции включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы;</li> <li>- освоение форм и видов деятельности специалиста в службе рекламы (компании, фирмы);</li> <li>- освоение отдельных видов профессиональной деятельности в соответствии с особенностями организации, занимающейся рекламой и связями с общественностью;</li> </ul>



	<ul style="list-style-type: none"> <li>- участие в организационных процессах предприятия при создании рекламных продуктов и услуг выявление проблемных зон в работе структурного подразделения;</li> <li>- разработка предложений по преодолению выявленных проблем рекламной деятельности и связей с общественностью на предприятии.</li> </ul>
Этап обработки и анализа полученной информации	<ul style="list-style-type: none"> <li>- анализ и обработка статистического материала по рекламной деятельности и связям с общественностью предприятия;</li> <li>- сбор и анализ материала, подготовка обзоров, аналитических справок для проведения маркетинговых и социологических исследований, для составления базового пакета документов к выпускной квалификационной работе;</li> <li>- подготовка отчёта по преддипломной практике.</li> </ul>

## **8. Формы отчетности**

Если практика проводится стационарно на базе Университета, то формой отчетности является: письменный отчет студента о результатах прохождения преддипломной практики.

Если практика проводится стационарно в профильных организациях Санкт-Петербурга, или выездная, вне Санкт-Петербурга, то формами отчетности являются:

- письменный отчет о результатах прохождения преддипломной практики,
- дневник практики с отзывом руководителя практики от профильной организации.

В отчете должны быть отражены следующие разделы: оглавление, введение, выполнение индивидуального задания, заключение, библиографический список. Объём отчёта составляет 5-10 страниц.

Отчёт выполняется на бумаге формата А4. Параметры печати: поля – верхнее и нижнее – 2 см, левое – 3 см, правое – 1,5 см, шрифт Times New Roman, размер 14, интервал – полуторный, нумерация страниц снизу справа.

Дневник практики студента содержит основные сведения о практике студента (вид, тип, форма, место проведения, сроки проведения, руководители практики), график прохождения практики, содержание и объем проделанной работы, отзыв руководителя практики от организации.

## **9. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по производственной (преддипломной) практике**

### **9.1. Методические рекомендации по проведению процедуры оценивания знаний, умений и навыков и (или) опыта деятельности обучающихся по итогам прохождения практики**

1. По окончании практики студент защищает письменный отчет о результатах прохождения преддипломной практики.

2. При защите отчета учитываются: качество выполнения и оформление отчета, уровень владения докладываемым материалом, творческий подход к анализу материалов практик и другие показатели.

3. Оценка по практике приравнивается к оценкам по теоретическому обучению и учитывается при подведении итогов общей успеваемости студентов.

4. Студенты, не выполнившие программы практики по уважительной причине, направляются повторно на прохождение практики в свободное от учебы время.

5. Студенты, не выполнившие программы практик без уважительной причины, получают неудовлетворительную оценку.

## **9.2. Описание критериев оценивания уровня сформированности компетенций обучающихся**

Промежуточная аттестация по практике проводится в форме зачета с оценкой.

Шкала оценивания	Характеристика сформированных компетенций
«Отлично» / «Зачтено»	- обучающийся глубоко и всесторонне усвоил материал при прохождении практики; - уверенно, логично, последовательно, грамотно его излагает; делает выводы и обобщения; - содержание отчета по практике обучающегося полностью соответствует требованиям к нему; - обучающийся соблюдает требования к оформлению отчета по практике; - обучающийся четко выделяет основные результаты своей профессиональной деятельности; - обучающийся ясно и аргументировано излагает материал; - присутствует четкость в ответах обучающегося на поставленные вопросы; обучающийся точно и грамотно использует профессиональную терминологию при защите отчета по практике.
«Хорошо» / «Зачтено»	- обучающийся всесторонне усвоил материал при прохождении практики; - уверенно, логично, последовательно и грамотно его излагает; - делает выводы и обобщения;

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- содержание отчета по практике обучающегося полностью соответствует требованиям к нему;</li> <li>- обучающийся соблюдает требования к оформлению отчета по практике;</li> <li>- обучающийся выделяет основные результаты своей профессиональной деятельности;</li> <li>- обучающийся аргументировано излагает материал;</li> <li>- присутствует четкость в ответах обучающегося на поставленные вопросы; обучающийся грамотно использует профессиональную терминологию при защите отчета по практике.</li> </ul>
«Удовлетворительно»/ «Зачтено»	<ul style="list-style-type: none"> <li>- обучающийся усвоил материал при прохождении практики;</li> <li>- излагает его и делает выводы нечетко;</li> <li>- содержание отчета по практике обучающегося не полностью соответствует требованиям к нему;</li> <li>- обучающийся не до конца соблюдает требования к оформлению отчета по практике;</li> <li>- обучающийся недостаточно точно выделяет основные результаты своей профессиональной деятельности;</li> <li>- обучающийся аргументировано излагает материал;</li> <li>- присутствует четкость в ответах обучающегося на поставленные вопросы; обучающийся не использует профессиональную терминологию при защите отчета по практике.</li> </ul>
«Неудовлетворительно»/ «Не зачтено»	<ul style="list-style-type: none"> <li>- обучающийся не усвоил материал при прохождении практики;</li> <li>- содержание отчета по практике обучающегося не соответствует требованиям к нему;</li> <li>- обучающийся не соблюдает требования к оформлению отчета по практике;</li> <li>- обучающийся не может выделить основные результаты своей профессиональной деятельности;</li> <li>- обучающийся не может аргументировано излагать материал;</li> <li>- отсутствует четкость в ответах обучающегося на поставленные вопросы;</li> <li>- обучающийся не может использовать профессиональную терминологию при защите отчета по практике.</li> </ul>

В качестве методических материалов, определяющих процедуры оценивания знаний, умений и навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих уровень сформированности компетенций обучающегося, используются локальные нормативные акты ФГБОУ ВО СПбГУ ГА:

- Положение о текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации студентов федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего профессионального образования «Санкт-

Петербургский государственный университет гражданской авиации», обучающихся по программам высшего образования – программам бакалавриата и программам специалитета (формы, периодичность и порядок); - Порядок организации и проведения практики студентов Федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Санкт-Петербургский государственный университет гражданской авиации», осваивающих основные профессиональные образовательные программы высшего образования – программы бакалавриата, программы специалитета, программы магистратуры.

### **9.3. Типовые контрольные задания для проведения промежуточной аттестации**

1 Дать систематический анализ и оценку основных профессиональных технологий составления рекламных текстов, ATL, BTL, TTL-рекламы; моделей воздействия рекламы, моделей консалтинговых услуг, методов работы со СМИ, медиа-стратегий и медиа-тактик, видов медиа-программ, предложениям и презентациям товаров в практике B2B, B2C, источников рекламной информации, формулы RACE; эффективных стратегий, оптимальных средств формирования имиджа.

2 Дать систематический анализ и оценку работы в группах и коллективах в качестве исполнителя или руководителя младшего звена, ведения переговоров, навыков моделирования бизнес-процессов в организации, методов и приемов организации работы отдела с целью реализации корпоративной политики, организации и функционирования пресс-служб в коммерческих организациях, а также общественных и государственных структурах.

3 Представить и прокомментировать особенности планирования, сегментирования и проведения рекламных, коммуникационных и других мероприятий в сфере рекламы и связей с общественностью в организации для обеспечения внутренней и внешней коммуникации.

4 Дать квалифицированную оценку организации, планированию, подготовке к выпуску, производству и распространению рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы.

5 Представить и прокомментировать макет анкеты для проведения маркетинговых и социологических исследований.

6 Представить аналитическую справку и обзор материала, подготовленного для включения в состав выпускной квалификационной работы.

### **10 Учебно-методическое и информационное обеспечение производственной (преддипломной) практики**

а) основная литература:

1. **GR и лоббизм: теория и технологии:** учебник для вузов / В. А. Ачкасова [и др.]; под редакцией В. А. Ачкасовой, И. Е. Минтусова, О. Г. Филатовой. — 2-е изд. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 438 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14000-2. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/51128> (дата обращения: 14.04.2023);
2. Басовская, Е. Н. **Стилистика и литературное редактирование :** учебное пособие для вузов / Е. Н. Басовская. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 211 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-06922-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/515277> (дата обращения: 14.04.2023).
3. Божук, С. Г. **Маркетинговые исследования:** учебник для академического бакалавриата / С. Г. Божук. — 2-е изд., испр. и доп. — М.: Издательство Юрайт, 2021. — 280 с. — (Серия: Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-8246-6. — Режим доступа: <https://urait.ru/book/3014568F-E1A6-4233-BEA1-B6BE3F0FD31F>. (дата обращения: 01.04.2023).
4. Борщевский. Г. А. **Связи с общественностью в органах власти:** учебник и практикум для вузов / Г. А. Борщевский. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 261 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15901-1. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/510237> (дата обращения: 14.04.2023);
5. Визгалов, Д.В. **Брендинг города** / Денис Визгалов. – М.: Фонд «Институт экономики города», 2011. - 160 с. ISBN 978-5-8130-0157-4. [Электронный ресурс]. Режим доступа: [https://urbanecomomics.ru/sites/default/files/3616\\_import.pdf?ysclid=lg4vl9h6lr635319237](https://urbanecomomics.ru/sites/default/files/3616_import.pdf?ysclid=lg4vl9h6lr635319237) (дата обращения: 06.04.2023).
6. Гавра, Д. П. **Основы теории коммуникации :** учебник для вузов / Д. П. Гавра. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 231 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-06317-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/511672> (дата обращения: 14.04.2023).
7. Голубкова, Е. Н. **Интегрированные маркетинговые коммуникации:** учебник и практикум для вузов / Е. Н. Голубкова. Москва: Издательство Юрайт, 2023. 363 с. ISBN 978-5-534-04357-0. [Электронный ресурс]. Режим доступа: URL: <https://urait.ru/bcode/511008> (дата обращения: 14.04.2023).
8. Дзялошинский, И. М. **Деловые коммуникации. Теория и практика:** учебник для бакалавров / И. М. Дзялошинский, М. А. Пильгун. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 433 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-3044-3. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://www.urait.ru/bcode/497799> (дата обращения: 14.04.2023).

9. Дзялошинский, И. М. **Профессиональная этика журналиста: учебник и практикум для вузов** / И. М. Дзялошинский. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 412 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-9204-5. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/512165> (дата обращения: 14.04.2023).

10. Емельянов, С. М. **Теория и практика связей с общественностью: учебное пособие для вузов** / С. М. Емельянов. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 197 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08991-2. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/514357> (дата обращения: 14.04.2023);

11. Жильцова, О. Н. **Связи с общественностью: учебное пособие для вузов** / О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 337 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-9890-0. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://www.urait.ru/bcode/511939> (дата обращения: 14.04.2023).

12. **Интернет-СМИ: Теория и практика** [Электронный ресурс]: Учеб. пособие для студентов вузов / Под ред. М.М. Лукиной. - М. : Аспект Пресс, 2013. - 348 с. Режим доступа: <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785756705423.html> (дата обращения: 01.04.2023).

13. Кажанов, О. А. **Социологические проблемы изучения общественного мнения: учебное пособие для вузов** / О. А. Кажанов. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 208 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-09757-3. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://www.urait.ru/bcode/517065> (дата обращения: 14.04.2023).

14. Карасев, А. П. **Маркетинговые исследования и ситуационный анализ: учебник и практикум для вузов** / А. П. Карасев. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 315 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-05189-6. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://www.urait.ru/bcode/511401> (дата обращения: 14.04.2023).

15. Карпова, С. В. **Рекламное дело: учебник и практикум для вузов** / С. В. Карпова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 431 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14532-8. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/510712> (дата обращения: 14.04.2023).

16. Кирия, И. В., Новикова, А. А. **История и теория медиа** : учебник для вузов / И. В. Кирия, А. А. Новикова ; Нац. исслед. ун-т "Высшая школа экономики". - 2-е изд., исправл. - М. : Изд. дом Высшей школы экономики, 2020. — 423 с. — ISBN 978-5-7598-2025-3. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система "Лань" [сайт]. — URL: <https://e.lanbook.com/book/173400> (дата обращения: 14.04.2023).

17. Кожевников, О. А. **Правовое положение некоммерческих организаций в Российской Федерации**: учебное пособие для вузов / О. А. Кожевников, А. В. Нечкин. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 139 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13991-4. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/519846> (дата обращения: 14.04.2023);

18. Колесниченко, А. В. **Настольная книга журналиста** / А. В. Колесниченко. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 341 с. — (Профессиональная практика). — ISBN 978-5-534-06108-6. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/515821> (дата обращения: 14.04.2023).

19. Колесниченко, А. В. **Основы журналистской деятельности**: учебное пособие для вузов / А. В. Колесниченко. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 341 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-05559-7. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/515680> (дата обращения: 14.04.2023).

20. Колесниченко, А.В. **Техника и технология СМИ. Подготовка текстов**: учебник и практикум для вузов / А.В.Колесниченко.-2-е изд., испр. и доп. - Москва: Юрайт, 2023. – 321 с.

21. Коноваленко, В. А. **Реклама и связи с общественностью: введение в специальность**: учебник / В. А. Коноваленко, М. Ю. Коноваленко, Н. Г. Швед. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 384 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14728-5. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://www.urait.ru/bcode/510926> (дата обращения: 14.04.2023).

22. Коноваленко, М. Ю. **Деловые коммуникации**: учебник и практикум для вузов / М. Ю. Коноваленко. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 466 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11058-6. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/510845> (дата обращения: 01.04.2023).

23. Королева, О.В. **Брендинг туристских территорий**: учебное пособие для вузов / О. В. Королева, Е. С. Милинчук. Москва: Издательство Юрайт, 2023. 273 с. (Высшее образование). ISBN 978-5-534-15348-4. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://urait.ru/bcode/520478>(дата обращения: 06.04.2023).

24. Корягина, Н. А. **Самопрезентация и убеждающая коммуникация**: учебник и практикум для вузов / Н. А. Корягина. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 225 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11562-8. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/517382> (дата обращения: 01.04.2023).

25. Кочеткова, А. И. **Основы управления в условиях хаоса. Антикризисное управление**. В 2 ч. Часть 1,2 : учебник и практикум для

бакалавриата и магистратуры / А. И. Кочеткова, П. Н. Кочетков. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 383 с. — (Серия : Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-06405-6. — Режим доступа : [www.biblio-online.ru/book/30528EDB-86C1-4796-9A61-98ECD1270750](http://www.biblio-online.ru/book/30528EDB-86C1-4796-9A61-98ECD1270750). (дата обращения: 01.04.2023).

26. Леонов, Н. И. **Конфликтология: общая и прикладная**: учебник и практикум для вузов / Н. И. Леонов. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 395 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-09672-9. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://www.urait.ru/bcode/516451> (дата обращения: 14.04.2023).

27. Логунцова, И. В. **Маркетинг территорий**: учебник и практикум для вузов / И. В. Логунцова, И. В. Малькова. Москва: Издательство Юрайт, 2023. 163 с. ISBN 978-5-534-09402-2. [Электронный ресурс]. Режим доступа: URL: <https://urait.ru/bcode/511012>(дата обращения: 06.04.2023).

28. **Маркетинг территорий**: учебник и практикум для вузов / О. Н. Жильцова [и др.]; под общей редакцией О. Н. Жильцовой. Москва: Издательство Юрайт, 2023. 262 с. ISBN 978-5-534-03593-3. [Электронный ресурс]. Режим доступа: URL: <https://urait.ru/bcode/511043> (дата обращения: 06.04.2023).

29. Музыкант, В. Л. **Основы интегрированных коммуникаций**: теория и современные практики в 2 ч. Часть 2. SMM, рынок M&A : учебник и практикум для вузов / В. Л. Музыкант. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 507 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14314-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/512454> (дата обращения: 14.04.2023).

30. Оганян, К. М. **Методология и методы социологического исследования**: учебник для вузов / К. М. Оганян. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 299 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-09590-6. — URL: <https://urait.ru/bcode/512697> (дата обращения: 14.04.2023).

31. Ольшевский, А.С. **Антикризисный PR и консалтинг** [Текст]. – СПб.: Питер, 2003. – 432 с.

32. **Основы рекламы и связей с общественностью**: учебное пособие для вузов / М. М. Васильева, Ю. Г. Жеглова, Е. Ю. Юдина, И. В. Шаркова ; под редакцией М. М. Васильевой. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 286 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15699-7. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://www.urait.ru/bcode/520580> (дата обращения: 14.04.2023).

33. Охременко, И. В. **Конфликтология**: учебное пособие для вузов / И. В. Охременко. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 154 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-05147-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://www.urait.ru/bcode/515063> (дата обращения: 14.04.2023).

34. Потапов, Ю. А. **Современная пресс-служба**: учебник для вузов



/ Ю. А. Потапов, О. В. Тепляков. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 294 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12233-6. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/516818> (дата обращения: 14.04.2023);

35. Почекаев, Р. Ю. **История связей с общественностью**: учебное пособие для вузов / Р. Ю. Почекаев. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 223 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-04832-2. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/514593> (дата обращения: 14.04.2023);

36. Савина, Н. В. **Тайм-менеджмент в образовании**: учебное пособие для вузов / Н. В. Савина, Е. В. Лопанова. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 162 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12668-6. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/518978> (дата обращения: 01.04.2023).

37. **Связи с общественностью в органах власти**: учебник для вузов / М. М. Васильева [и др.]; под редакцией М. М. Васильевой. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 432 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14228-0. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/510925> (дата обращения: 14.04.2023).

38. Слинкова, О.К. **Персональный менеджмент**: учебное пособие для вузов / О. К. Слинкова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 116 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-16189-2. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/530582> (дата обращения: 01.04.2023).

39. Фадеева, Е. Н. **Связи с общественностью**: учебник и практикум для вузов / Е. Н. Фадеева, А. В. Сафронов, М. А. Красильникова. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 263 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00227-0. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://www.urait.ru/bcode/510852> (дата обращения: 14.04.2023).

40. Филь М., **Социальные сети: новые технологии управления миром** [Электронный ресурс] / Филь М. - М.: Университет 'Синергия', 2016. - 192 с. - ISBN 978-5-4257-0222-7 - Режим доступа: <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785425702227.html> (дата обращения: 01.04.2023).

41. Франц, В. А. **Управление общественным мнением**: учебное пособие для вузов / В. А. Франц. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 133 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08047-6. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://www.urait.ru/bcode/493657> (дата обращения: 14.04.2023).

42. Чернышева, А. М. **Маркетинговые исследования и ситуационный анализ**. В 2 ч. Ч. 1: учебник и практикум для академического бакалавриата / А. М. Чернышева, Т. Н. Якубова. — М.: Издательство Юрайт, 2021. — 244 с. — (Серия: Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-

9916-8566-5. — Режим доступа: <https://urait.ru/book/60DEA738-7D32-4FA3-B6F9-D56A94BA6678>. (дата обращения: 01.04.2023).

43. Чернышева, А. М. **Маркетинговые исследования и ситуационный анализ**. В 2 ч. Часть 2: учебник и практикум для академического бакалавриата / А. М. Чернышева, Т. Н. Якубова. — М.: Издательство Юрайт, 2021. — 219 с. — (Серия: Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-8568-9. — Режим доступа: <https://urait.ru/book/20AB9403-CE8A-4ECF-89B2-BDE40F34A467>. (дата обращения: 01.04.2023).

в) перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

1. AviationExplorer [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://www.aex.ru/>, свободный (дата обращения: 14.04.2023).

2. Административно-управленческий портал [Электронный ресурс] — Режим доступа: <http://www.aup.ru/>, свободный (дата обращения: 14.04.2023).

3. Журнал «Маркетинг в России и за рубежом» [Электронный ресурс] - Режим доступа: <http://www.mavriz.ru>, свободный (дата обращения: 14.04.2023).

4. Журнал «Маркетинг и маркетинговые исследования» [Электронный ресурс] - Режим доступа: <http://grebennikon.ru/journal-3.html> , свободный (дата обращения: 14.04.2023).

5. Журнал «Советник» [Электронный ресурс]. — Режим доступа: [www.SOVETNIK.ru](http://www.SOVETNIK.ru), свободный (дата обращения: 14.04.2023).

6. Журнал «Сообщение» [Электронный ресурс]. — Режим доступа: [www.soob.ru](http://www.soob.ru), свободный (дата обращения: 14.04.2023).

7. Журнал «Социологические исследования» [Электронный ресурс] - Режим доступа: <http://socis.isras.ru>, свободный (дата обращения: 14.04.2023).

8. Журнал PR-Week [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.prweekuk.com>, (дата обращения: 14.04.2023).

9. Журнал «Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки» [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.online-science.ru/>, свободный (дата обращения: 14.04.2023).

10. Российская ассоциация по связям с общественностью [Электронный ресурс]. — Режим доступа: [www.raso.ru](http://www.raso.ru), свободный (дата обращения: 14.04.2023).

11. Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.gks.ru/>, свободный (дата обращения: 14.04.2023).

12. Федеральное агентство воздушного транспорта. Росавиация [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.favt.ru/>, свободный (дата обращения: 14.04.2023).

г) программное обеспечение (лицензионное), базы данных, информационно-справочные и поисковые системы:

1. **Единое окно доступа к образовательным ресурсам** [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://window.edu.ru>, свободный (дата обращения: 14.04.2023).

2. **Консультант Плюс** [Электронный ресурс]: официальный сайт компании Консультант Плюс. — Режим доступа: <http://www.consultant.ru/>, свободный (дата обращения: 14.04.2023).

3. **Электронная библиотека научных публикаций «eLIBRARY.RU»** [Электронный ресурс] — Режим доступа: <http://elibrary.ru/>, свободный (дата обращения: 14.04.2023).

4. **Научно-информационное пространство Соционет** [Электронный ресурс] — Режим доступа: <https://socionet.ru/>, свободный (дата обращения: 14.04.2023).

5. **Федеральный образовательный портал ЭСМ** [Электронный ресурс] — Режим доступа: <http://ecsocman.hse.ru/>, свободный (дата обращения: 14.04.2023).

## **11. Материально-техническая база производственной (преддипломной) практики**

Производственная база организации:

- производственное, научно-исследовательское оборудование организации;
- аудитории с проектором и доступом в интернет организации;
- информационно-справочные, распорядительные документы, должностные инструкции, аналитические справки и отчеты о целевых аудиториях с которыми работает организация;
- техническое и иное оборудование отдела по связям с общественностью и рекламы, пресс-службы организации;
- техническое и иное оборудование, документация корпоративных СМИ организации;
- материалы и документация по результатам маркетинговых и социологических исследований;
- техническое и иное оборудование аудитории 334 для защиты отчетов по практике.

Преддипломная практика также проводится в организациях и учреждениях, обладающих необходимым кадровым и научным потенциалом, в частности, в пиар-отделах, пиар-службах, пресс-службах, маркетинговых отделах организаций, действующих в различных сферах общественных отношений (политических, экономических, культурных, некоммерческих, общественных и др.).

### **Организации для проведения стационарной практики:**

1. ООО «Лурд» (г. Санкт-Петербург), договор №068/2018 от 09.07.2018

2. ООО «Бизнес Групп» (г. Санкт-Петербург), договор №067/2018 от 09.07.2018
3. ООО «РПК «Ганза» (г. Санкт-Петербург), договор №069/2018 от 09.07.2018
4. ООО «Гостиница «Пулковская» (г. Санкт-Петербург), договор б/н/00101/2017 от 23.10.2017

### **Организации для проведения выездной практики:**

#### **ФГУП «Государственная корпорация по организации воздушного движения в РФ:**

5. Филиал «Аэронавигация Юга» (г. Ростов-на-Дону), договор № 00037 от 31.05.2016
6. Филиал «СевУралаэронавигация» (г. Сыктывкар), договор № 00044/2016 от 05.07.2016
7. Филиал «Аэронавигация Северо-Востока» (г. Магадан), договор № 60-ПР/2016 от 23.08.2016
8. Филиал «ВостСибзаэронавигация» (г. Иркутск), договор № 59-ПР/2016 от 29.07.2016
9. Филиал «Аэронавигация Северо-Запада» (г. Санкт-Петербург), соглашение № 00042/2016 от 01.06.2016
10. Филиал «Аэронавигация Центральной Волги» (г. Самара), договор №00050/2016 от 02.08.2016
11. Филиал «Татаэронавигация» (г. Казань), договор № 58-ПР/2016 от 23.08.2016
12. Филиал «Аэронавигация Урала» (г. Екатеринбург), договор № 00059/2016 от 02.11.2016
13. Филиал «Аэронавигация Центральной Сибири» (г. Красноярск), соглашение б/н от 15.02.2017
14. Филиал «Крымаэронавигация» (г. Симферополь), договор №1/2017 от 03.07.2017
15. Филиал «Камчатзаэронавигация» (г. Елизово, Камчатский край), договор №255/17 от 13.12.2017
16. Филиал «Аэронавигация Дальнего Востока» (г. Хабаровск), договор №18-0014 от 01.02.2018
17. Филиал «Аэронавигация Северо-Восточной Сибири» (г. Якутск), договор №04/01 от 19.04.2018
18. ООО «Воздушные Ворота Северной Столицы» производственный отдел, (г. Санкт-Петербург), договор № 00032/2016 от 15.04.2016
19. ОАО «Аэропорт Анапа», договор № 00064/2016 от 26.12.2016
20. АО «Международный аэропорт Краснодар», договор № 30/17-МАКР от 01.01.2017
21. АО «Международный аэропорт Сочи», договор № 00065/2016 от 26.12.2016
22. ОАО «Международный аэропорт Владивосток», договор №

00035/2016/232-83/2016 от 23.05.2016

23. АО «Челябинское авиапредприятие», договор № 247 от 01.09.2016

24. ОАО «Международный аэропорт Минеральные Воды», договор № 1101/2016-У от 15.07.2016

25. АО «Аэропорт Толмачёво» (г. Новосибирск), договор № 28-160674 от 30.08.2016

26. ОАО «Аэропорт «Бегишево» (г. Нижнекамск), договор № БГШ-506\16 от 13.07.2016

27. АО «Ростоваэроинвест» (а/п Платов, г. Ростов-на-Дону), договор РНД-228/18-Д06 от 14.02.2018

28. ГП КК «Авиапредприятие «Черемшанка» (г. Красноярск), договор № 054/2016 от 12.09.2016

29. ОАО «Омский аэропорт», договор №720/07-2018 от 12.07.2018

30. АО «Аэропорт «Храброво» (г. Калининград), договор DOU-141/16 от 16.12.2016

31. ПАО «Аэропорт Кольцово» (г. Екатеринбург), договор № 00063/2016 от 26.12.2016

32. АО «Международный аэропорт Петропавловск-Камчатский (г. Елизово)», договор № 00061/2016 от 30.11.2016

33. АО «Аэропорт Архангельск», договор №72-ПД-17 от 19.04.2017

34. АО «Аэропорт Пулково» (г. Санкт-Петербург), договор №00071/2017 от 03.04.2017

35. ПАО «Аэропорт Братск», договор № 00082/2017 от 18.05.2017

36. АО «Международный аэропорт «Уфа», договор №00085/2017 от 23.05.2017

37. ПАО «Аэропорт Мурманск», договор № а/п-1946/17 от 23.06.2017

38. ГУП Оренбургской области «Международный аэропорт «Оренбург», договор № 646/АП-2018 от 11.07.2018

39. ПАО «Международный аэропорт Нижний Новгород» договор №00084/2017/ МАНН-534/17-Р57 от 22.05.2017

40. ОАО «Аэропорт Туношна» (г. Ярославль) договор №00099/2017 от 14.11.2017

41. ООО «Международный Аэропорт «Симферополь», договор №00097/2017 от 09.10.2017

42. АО «Хабаровский Аэропорт», договор №15-100/18 от 09.02.2018

43. ООО «Центр Авиа» (г. Иваново), договор №00117/2018 от 12.04.2018

44. ОАО «Аэропорт Сургут», соглашение о социальном партнерстве от 25.04.2018

45. АО «Международный аэропорт Калуга», договор №18/161 от 26.06.2018

#### **Авиакомпании**

46. ОАО Авиакомпания «Уральские авиалинии» (г. Екатеринбург), договор №8.1/1297-16 от 23.11.2016

47. ГП КК «КрасАвиа» (г. Красноярск), договор №5499/16 от 19.08.2016

48. АО «Ижавиа» (г. Ижевск), договор №941-16/3 от 1.09.2017
49. ООО Авиакомпания «Турухан» (г. Красноярск), договор №39 от 14.02.2017
50. АО «Нордавиа – региональные авиалинии» (г. Архангельск), договор №668-Н25-17 от 01.12.2017
51. ОАО «Псковавиа» (г. Псков), договор №00112/2018 от 29 декабря 2017
52. ООО Авиакомпания «Авиастар – ТУ» (г. Жуковский, Московская обл.), договор №000111/2018 от 01.03.2018
53. АО «Авиакомпания «Россия» (Москва, Санкт – Петербург), договор №00115/2018 от 23.03.2018

#### **Предприятия по обслуживанию авиакомпаний**

54. ООО «Аэролайн» (г. Санкт-Петербург), договор №00072/2017 от 03.04.2017
55. ООО «Виртранс» (г. Санкт-Петербург), договор №00070/2017 от 03.04.2017
56. ООО «ДжетПорт СПб» (г. Санкт-Петербург), договор №1 от 09.04.2018

#### **Государственные и муниципальные организации**

57. Муниципальный совет муниципального образования поселок Шушары (г. Санкт-Петербург), договор №00028/2016 от 31.03.2016
58. Главное следственное управление Следственного комитета Российской Федерации по городу Санкт-Петербургу, договор №00049/2016 от 20.07.2016
59. Комитет имущественных отношений Санкт-Петербурга, договор №30/16а от 15.02.2016
60. Санкт-Петербургское государственное казенное учреждение «Агентство внешнего транспорта», соглашение о сотрудничестве № 01 от 16.04.2015
61. Администрация Пушкинского района г. Санкт-Петербурга, договор №00078/2017 от 24. 04.2017
62. Комитет по развитию транспортной инфраструктуры Санкт-Петербурга, договор №00032/2016 от 16.06.2016

Программа производственной (преддипломной) практики составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

Программа рассмотрена и утверждена на заседании кафедры №1 «Философия и социальные коммуникации» «19» апреля 2023 г., протокол № 11.

Разработчики:

ст. преподаватель



А.А. Кириллов

Заведующий кафедрой №1 «Философия и социальные коммуникации»

к.ф.н., доцент



Н.Ю. Куценко

Программа согласована:

Руководитель ОПОП ВО

к.ф.н., доцент



Н.Ю. Куценко

Программа рассмотрена и одобрена на Заседании Учебно-методического совета Университета «18» мая 2023 г., протокол № 8.