



**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. Михальчевский

«23» _____ апреля _____ 2026 года

ПРОГРАММА 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
2026

1 Цели преддипломной практики

Целями 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 преддипломной практики

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

3 Место преддипломной практики в структуре ОПОП ВО

Преддипломная практика базируется на результатах обучения, полученных за все годы обучения.

Преддипломная практика является обеспечивающей для государственной итоговой аттестации.

Преддипломная практика проводится в 8 семестре.

4 Формы и способы проведения преддипломной практики

Преддипломная практика проводится путем выделения в графике учебного процесса непрерывного периода учебного времени (в неделях), предусмотренного ОПОП ВО (8 семестр, 6 недель).

Способы проведения преддипломной 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).

5 Компетенции обучающегося, формируемые в результате прохождения преддипломной практики

В ходе преддипломной практики у обучающихся формируются следующие компетенции:

Код компетенции	Результат обучения: наименование компетенции; индикаторы компетенции
УК-3	Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде
УК-3.1	Определяет стратегию сотрудничества для достижения поставленной цели.
УК-3.2	Взаимодействует с другими членами команды для достижения поставленной задачи
УК-10	Способен формировать нетерпимое отношение к проявлениям экстремизма, терроризма, коррупционному поведению и противодействовать им в профессиональной деятельности
УК-10.1	Анализирует действующие правовые нормы, обеспечивающие борьбу с коррупцией в различных областях жизнедеятельности, а также способы профилактики коррупции и формирования нетерпимого отношения к ней.
УК-10.2	Планирует, организует и проводит мероприятия, обеспечивающие формирование гражданской позиции и предотвращение коррупции в обществе
УК-10.3	Оценивает серьезность проявлений экстремизма и терроризма как угроз национальной безопасности России и всего мирового сообщества, понимает сущность государственной системы противодействия экстремизму и терроризму, в том числе в отраслевой сфере.
ОПК-2	Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах
ОПК-2.1	Знает систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития для сферы авиабизнеса.
ОПК-2.2	Способен учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов в сфере авиабизнеса.
ОПК-4	Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности
ОПК-4.1	Соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп.
ОПК-4.2	Использует основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп

	общественности, учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов в авиационной отрасли.
ОПК-5	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
ОПК-5.1	Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях.
ОПК-5.2	Осуществляет свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы в авиабизнесе.
ОПК-6	Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности
ОПК-6.1	Отбирает для осуществления профессиональной деятельности в сфере воздушного транспорта необходимое техническое оборудование и программное обеспечение.
ОПК-6.2	Применяет современные цифровые устройства, платформы и программное обеспечение на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов в сфере авиабизнеса.
ОПК-7	Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности
ОПК-7.1	Знает цеховые принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности.
ОПК-7.2	Осуществляет отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятыми профессиональным сообществом.
ПК-2	Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий
ПК-2.1.	Выполняет функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью
ПК-2.2	Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии в сфере воздушного транспорта
ПК-2.3	Участствует в организации внутренних коммуникаций и

	мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры авиабизнеса
ПК-3	Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта
ПК-3.1	Создает тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта.
ПК-3.2	Создает информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применяет творческие решения с учетом мирового и отечественного опыта
ПК-3.3	Создает основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании в сфере воздушного транспорта
ПК-3.4	Применяет инструменты трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в офлайн и онлайн среде в сфере воздушного транспорта
ПК-4	Способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта
ПК-4.1	Использует основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта в авиабизнесе
ПК-4.2	Принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта в авиабизнесе
ПК-4.3	Осуществляет мониторинг обратной связи с разными целевыми группами в сфере воздушного транспорта

Планируемые результаты изучения:

Знать:

- основы профессиональной этики и принятые профессиональным сообществом правила делового общения;
- цеховые принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности;
- правовые нормы, регулирующие развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях;
- действующее антикоррупционное законодательство и практику его применения;
- основы функционирования и тенденции развития общественных и государственных институтов современной России;
- теоретические основы и коммуникационные практики рекламы и связей с общественностью;
- базовые стратегии и тактики рекламных и PR-кампаний;
- особенности внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры на предприятиях воздушного транспорта;

- технологии медиарилейшнз, медиапланирования и копирайтинга;
- принципы работы современных цифровых устройств и информационных технологий, используемых для создания текстов рекламы и иных коммуникационных продуктов;
- основные маркетинговые инструменты, применяемые при планировании производства и реализации коммуникационного продукта в авиабизнесе;
- нормы и правила современного русского языка;
- основы литературного редактирования.

Уметь:

- взаимодействовать с представителями иных социальных, этнических, конфессиональных и культурных групп в процессе решения профессиональных задач;
- учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью в сфере авиабизнеса;
- создавать тексты рекламы и связей с общественностью для предприятий воздушного транспорта;
- разрабатывать сценарии коммуникационных мероприятий в сфере воздушного транспорта с учетом запросов и потребностей целевой аудитории;
- организовывать коммуникационные кампании, проекты и мероприятия в сфере рекламы и связей с общественностью на воздушном транспорте;
- проводить маркетинговые исследования, направленные на разработку и реализацию коммуникационного продукта в авиабизнесе.

Владеть:

- навыками командной работы и бесконфликтного взаимодействия;
- навыками противодействия экстремизму, терроризму и коррупционному поведению в профессиональной деятельности;
- инструментами трансляции миссии и философии авиатранспортного предприятия группам общественности;
- навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, информационных поводов для кампаний и проектов, сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-деятельности в авиабизнесе;
- навыками анализа тенденций развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира;
- навыками применения современных цифровых устройств, платформ и программного обеспечения на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и иных коммуникационных продуктов в сфере авиабизнеса;
- навыками установления обратной связи с разными целевыми группами потребителей услуг воздушного транспорта.

В результате прохождения преддипломной практики обучающийся

должен демонстрировать следующие результаты обучения:

Перечень и код компетенций	Перечень планируемых результатов обучения на преддипломной практике
<p>Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде (УК-3)</p>	<p>Знает: - основы профессиональной этики и принятые профессиональным сообществом правила делового общения.</p> <p>Умеет: - взаимодействовать с представителями иных социальных, этнических, конфессиональных и культурных групп в процессе решения профессиональных задач.</p> <p>Владеет: - навыками командной работы и бесконфликтного взаимодействия.</p>
<p>Способен формировать нетерпимое отношение к проявлениям экстремизма, терроризма, коррупционному поведению и противодействовать им в профессиональной деятельности (УК-10)</p>	<p>Знает: - действующее антикоррупционное законодательство и практику его применения.</p> <p>Умеет: - правильно толковать гражданско-правовые термины, используемые в антикоррупционном законодательстве; - применять на практике антикоррупционное поведение.</p> <p>Владеет: - навыками противодействия экстремизму, терроризму и коррупционному поведению в профессиональной деятельности.</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>Знает: - основы функционирования и тенденции развития общественных и государственных институтов современной России.</p> <p>Умеет: - учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью в сфере авиабизнеса.</p> <p>Владеет: - навыками разностороннего освещения деятельности общественных и государственных институтов России в СМИ.</p>
<p>Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности (ОПК-4)</p>	<p>Знает: - базовые стратегии и тактики рекламных и PR-кампаний.</p> <p>Умеет: - анализировать запросы и потребности общества и целевой аудитории при проведении рекламных и PR-кампаний; - разрабатывать сценарии коммуникационных мероприятий в сфере воздушного транспорта с учетом запросов и потребностей целевой аудитории.</p>

	<p>Владеет:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками самостоятельной профессиональной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью в авиабизнесе.
<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 (ОПК-5)</p>	<p>Знает:</p> <ul style="list-style-type: none"> - теоретические основы и коммуникационные практики рекламы и связей с общественностью; - правовые нормы, регулирующие развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях. <p>Умеет:</p> <ul style="list-style-type: none"> - организовывать коммуникационные кампании, проекты и мероприятия в сфере рекламы и связей с общественностью на воздушном транспорте. <p>Владеет:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками анализа развития тенденций развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира.
<p>Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности (ОПК-6)</p>	<p>Знает:</p> <ul style="list-style-type: none"> - принципы работы современных цифровых устройств и информационные технологии, используемых для создания текстов рекламы и иных коммуникационных продуктов. <p>Умеет:</p> <ul style="list-style-type: none"> - использовать в профессиональной деятельности современные информационные технологии. <p>Владеет:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками применения современных цифровых устройств, платформ и программного обеспечения на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и иных коммуникационных продуктов в сфере авиабизнеса.
<p>Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности (ОПК-7)</p>	<p>Знает:</p> <ul style="list-style-type: none"> - цеховые принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности. <p>Умеет:</p> <ul style="list-style-type: none"> - осуществлять отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности авиабизнеса и этическими нормами, принятыми профессиональным сообществом. <p>Владеет:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками отбора информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью, исходя из нетерпимости к коррупционному поведению и проявлениям экстремизма.
<p>Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и</p>	<p>Знает:</p> <ul style="list-style-type: none"> - технологии медиарилейшнз, медиапланирования и копирайтинга;

<p>мероприятий (ПК-2)</p>	<p>- особенности внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры на предприятиях воздушного транспорта.</p> <p>Умеет:</p> <ul style="list-style-type: none"> - создавать тексты рекламы и связей с общественностью; - организовывать внутренние коммуникации и мероприятия по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры, <p>Владеет:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками использования технологий медиарилейшнз, медиапланирования, копирайтинга в онлайн и офлайн среде.
<p>Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта (ПК-3)</p>	<p>Знает:</p> <ul style="list-style-type: none"> - нормы и правила современного русского языка; - основы литературного редактирования. <p>Умеет:</p> <ul style="list-style-type: none"> - создавать тексты рекламы и связей с общественностью. <p>Владеет:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, информационных поводов для кампаний и проектов, сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-деятельности в авиабизнесе.
<p>Способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта (ПК-4)</p>	<p>Знает:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основные маркетинговые инструменты, применяемые при планировании производства и реализации коммуникационного продукта в авиабизнесе. <p>Умеет:</p> <ul style="list-style-type: none"> - проводить маркетинговые исследования, направленные на разработку и реализацию коммуникационного продукта в авиабизнесе. <p>Владеет:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками установления обратной связи с разными целевыми группами потребителей услуг воздушного транспорта.

6 Место преддипломной практики в структуре ОПОП ВО

Преддипломная практика базируется на результатах обучения, полученных обучающимися при изучении следующих дисциплин, практик:

- Ресурсное обеспечение авиабизнеса;
- Социология и психология рекламы и связей с общественностью в авиационной отрасли;
- Основы информационно-аналитической работы в авиабизнесе;
- Коммуникационное обеспечение авиабизнеса;
- Управление рекламными и маркетинговыми проектами на воздушном

транспорте;

- Правовое и этическое регулирование в авиабизнесе;
- Оценка эффективности маркетинговых коммуникаций в авиабизнесе;
- Разработка и технологии производства рекламного продукта в авиабизнесе;
- Отраслевые тренды рекламы и связей с общественностью на воздушном транспорте.

Преддипломная практика проводится в 8 семестре.

7 Объем преддипломной практики

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

Промежуточная аттестация по практике проводится в форме зачета с оценкой.

Рабочий график (план) проведения преддипломной практики

Разделы (этапы) практики	Содержание этапов практики
Исследовательский этап	<ul style="list-style-type: none">- Знакомство с предприятием;- инструктаж по технике безопасности;- изучение основных направлений деятельности предприятия;- знакомство с организационной и производственной структурами предприятия;- изучение задач и функций основных служб предприятия;- изучение должностной инструкции сотрудника рекламной и (или) PR службы предприятия.
Производственный этап	<ul style="list-style-type: none">- Изучение документации, регламентирующей процесс обеспечения качества рекламной продукции и эффективности PR-деятельности;- изучение технологий разработки, создания и продвижения рекламного продукта;- изучение цифровых устройств и информационных технологий, используемых на предприятии для создания и продвижения рекламного продукта;- выполнение под контролем руководителя профессиональных функций в области рекламы и связей с общественностью;- применение навыков планирования, разработки и распространения рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы;- изучение основ профессиональной этики и корпоративной культуры предприятия;- ведение необходимой документации (дневник практики);- выявление недостатков в рекламной и (или) PR-деятельности предприятия;- разработка предложений по совершенствованию рекламной и (или) PR-деятельности предприятия.

Этап обработки и анализа полученной информации	<ul style="list-style-type: none"> - Анализ и обработка статистического материала по рекламной деятельности и связям с общественностью предприятия; - сбор материалов для написания аналитической главы выпускной квалификационной работы; - подготовка отчета о прохождении преддипломной практики.
--	---

8 Формы отчетности

Если обучающийся проходит преддипломную практику на базе Университета, то формой отчетности является письменный отчет студента о результатах прохождения преддипломной практики.

Если обучающийся проходит преддипломную практику в профильных организациях Санкт-Петербурга или в других населенных пунктах, то формами отчетности являются:

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

Дневник практики содержит основные сведения о прохождении практики обучающимся: название предприятия – базы практики, сроки проведения практики, сведения о руководителях практики от предприятия и от университета, график прохождения практики, содержание и объем проделанной работы, отзыв руководителя практики от организации.

В отчете должны быть отражены следующие разделы: оглавление, введение, основная часть, заключение, приложения.

Отчет выполняется в печатном виде 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. Объем отчета составляет 10-15 страниц.

9 Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по преддипломной практике

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

После окончания преддипломной практики руководитель практики от Университета проводит защиту отчетов по практике.

На защиту обучающийся представляет следующие документы:

- 1) заполненный дневник с отзывом руководителя практики от предприятия;
- 2) отчет о прохождении преддипломной практики.

Итоговая оценка складывается из:

- аккуратности и правильности заполнения дневника;

- оценки, выставленной руководителем практики от предприятия в отзыве;
- содержательности и аккуратности оформления отчета;
- логичности и информативности выступления студента на защите;
- содержательности и точности ответов на заданные вопросы.

Итоговая оценка выставляется в зачетную книжку студента.

Обучающийся, не выполнивший программу преддипломной практики, получивший отрицательный отзыв о работе или неудовлетворительную оценку при защите отчета будет отчислен из Университета.

9.2 Описание критериев оценивания уровня сформированности компетенций обучающихся

Промежуточная аттестация по преддипломной практике проводится в форме зачета с оценкой.

Шкала оценивания	Характеристика сформированных компетенций
«Отлично»	<ul style="list-style-type: none"> - В процессе преддипломной практики обучающийся успешно выполнял возложенные на него профессиональные обязанности, что отмечено в отзыве руководителя практики от предприятия; - при осуществлении профессиональной деятельности обучающийся проявил глубокие познания в сфере рекламы и связей с общественностью, умения и навыки, полученные на более ранних этапах обучения (отмечено в отзыве руководителя практики от предприятия); - дневник практики содержит все необходимые сведения, аккуратно заполнены все его разделы; - отчет о прохождении преддипломной практики соответствует всем установленным требованиям; - обучающийся провел анализ рекламной и (или) PR-деятельности предприятия и отметил ее достоинства и недостатки в отчете; - обучающийся предложил обоснованные рекомендации, направленные на преодоление отмеченных им недостатков в рекламной и (или) PR-деятельности предприятия; - при защите отчета о прохождении преддипломной практики обучающийся уверенно и грамотно излагает материал и точно использует профессиональную терминологию; - обучающийся четко выделяет полученные им на практике знания, умения и навыки; - подробно отвечает на заданные вопросы.

«Хорошо»	<ul style="list-style-type: none"> - в процессе преддипломной практики обучающийся успешно выполнял возложенные на него профессиональные обязанности, что отмечено в отзыве руководителя практики от предприятия; - при осуществлении профессиональной деятельности продемонстрировал хороший уровень знаний в области рекламы и связей с общественностью, умения и навыки, полученные на более ранних этапах обучения (отмечено в отзыве руководителя практики от предприятия); - дневник практики содержит все необходимые сведения, аккуратно заполнены все его разделы; - отчет о прохождении преддипломной практики соответствует установленным требованиям, но может содержать небольшие пометки и неточности; - обучающийся провел анализ рекламной и (или) PR-деятельности предприятия и отметил ее достоинства и недостатки; - обучающийся предложил недостаточно обоснованные рекомендации, направленные на преодоление отмеченных им недостатков в рекламной и (или) PR-деятельности предприятия; - при защите отчета о прохождении преддипломной практики обучающийся грамотно излагает материал, но не всегда правильно и точно использует профессиональную терминологию; - обучающийся не может аргументировать свою позицию по некоторым вопросам; - обучающийся четко выделяет полученные им на практике знания, умения и навыки; - поверхностно отвечает на заданные вопросы.
«Удовлетворительно»	<ul style="list-style-type: none"> - в процессе преддипломной практики обучающийся не всегда справлялся с выполнением возложенных на него профессиональных обязанностей, что отмечено в отзыве руководителя практики от предприятия; - при осуществлении профессиональной деятельности продемонстрировал недостаточный уровень знаний в области рекламы и связей с общественностью, не вполне сформированные умения и навыки, полученные на более ранних этапах обучения (отмечено в отзыве руководителя практики от предприятия); - дневник практики содержит все необходимые сведения, но неаккуратно заполнен; - отчет о прохождении преддипломной практики соответствует установленным требованиям, но может содержать ошибки и неточности;

	<ul style="list-style-type: none"> - обучающийся провел анализ рекламной и (или) PR-деятельности предприятия и отметил ее достоинства и недостатки; - обучающийся предложил недостаточно обоснованные рекомендации, направленные на преодоление отмеченных им недостатков в рекламной и (или) PR-деятельности предприятия; - при защите отчета о прохождении преддипломной практики обучающийся неуверенно и неполно излагает материал, не пользуется профессиональной терминологией; - обучающийся с ошибками отвечает на заданные вопросы.
«Неудовлетворительно»	<ul style="list-style-type: none"> - в процессе преддипломной практики обучающийся не справился с возложенными на него профессиональными обязанностями, что отмечено в отзыве руководителя практики от предприятия; - при осуществлении профессиональной деятельности продемонстрировал низкий уровень знаний, умений и навыков в сфере рекламы и связей с общественностью (отмечено в отзыве руководителя практики от предприятия); - в дневнике практики заполнены не все разделы; - отчет о прохождении преддипломной практики содержит серьезные ошибки и недочеты; - обучающийся не справился с анализом рекламной и (или) PR-деятельности предприятия и не смог выявить ни достижений, ни проблемных зон; - обучающийся не смог предложить обоснованных рекомендаций по совершенствованию коммуникационной стратегии предприятия; - при защите отчета о прохождении преддипломной практики обучающийся неуверенно и неполно излагает материал, не пользуется профессиональной терминологией; - обучающийся не может ответить на заданные вопросы.

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 имени Главного маршала авиации А.А. Новикова:

- Положение о текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации студентов федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Санкт-Петербургский государственный университет гражданской авиации имени Главного маршала авиации А.А. Новикова», обучающихся по программам высшего образования – программам бакалавриата;

- Порядок организации и проведения практики студентов Федерального

государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Санкт-Петербургский государственный университет гражданской авиации имени Главного маршала авиации А.А. Новикова», осваивающих основные профессиональные образовательные программы высшего образования – программы бакалавриата, программы специалитета, программы магистратуры.

9.3 Типовые контрольные задания для проведения промежуточной аттестации

Дать систематический анализ и оценку основных профессиональных технологий составления рекламных текстов, ATL, BTL, TTL-рекламы; моделей воздействия рекламы, методов работы со СМИ, медиа-стратегий и медиа-тактик, видов медиа-программ, технологий продвижения товаров в практике B2B, B2C, эффективных стратегий формирования имиджа авиапредприятия.

1 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 авиационной отрасли, методов и приемов организации работы отдела рекламы с целью реализации корпоративной политики, организации и функционирования пресс-служб в коммерческих организациях, а также общественных и государственных структурах.

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

3 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.

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

5 Представить материалы для написания аналитической главы выпускной квалификационной работы, собранные в процессе прохождения преддипломной практики.

10 Учебно-методическое и информационное обеспечение 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: 12.11.2025).

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: 12.11.2025).

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: 12.11.2025).

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: 12.11.2025).

5. 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: 12.11.2025).

6. 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: 12.11.2025).

7. 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: 12.11.2025).

8. 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: 12.11.2025).

9. 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: 12.11.2025).

10. 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: 12.11.2025).

б) дополнительная литература:

11. **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: 12.11.2025).

12. 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: 12.11.2025).

13. 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: 12.11.2025).

14. 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: 12.11.2025).

15. 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: 12.11.2025).

16. 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: 12.11.2025).

17. 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: 12.11.2025).

18. 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: 12.11.2025).

19. 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: 12.11.2025).

20. 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: 12.11.2025).

21. 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: 12.11.2025).

22. 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: 12.11.2025).

23. 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: 12.11.2025).

24. 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: 12.11.2025).

25. 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: 12.11.2025).

26. Ольшевский, А.С. **Антикризисный PR и консалтинг** [Текст]. — СПб.: Питер, 2003. — 432 с. (24 экз.)

27. **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: 12.11.2025).

28. 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: 12.11.2025).

29. 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: 12.11.2025).

30. 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: 12.11.2025).

31. 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: 12.11.2025).

32. **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: 12.11.2025).

33. 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: 12.11.2025).

34. 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: 12.11.2025).

35. 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: 12.11.2025).

36. 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: 12.11.2025).

37. 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: 12.11.2025).

38. 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: 12.11.2025).

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

1. AviationExplorer [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://www.aex.ru/>, свободный (дата обращения: 12.11.2025).

2. Административно-управленческий портал [Электронный ресурс] — Режим доступа: <http://www.aup.ru/>, свободный (дата обращения: 12.11.2025).

3. Журнал «Маркетинг в России и за рубежом» [Электронный ресурс] - Режим доступа: <http://www.mavriz.ru>, свободный (дата обращения: 12.11.2025).

4. Журнал «Маркетинг и маркетинговые исследования» [Электронный ресурс] - Режим доступа: <http://grebennikon.ru/journal-3.html> , свободный (дата обращения: 12.11.2025).

5. Журнал «Социологические исследования» [Электронный ресурс] - Режим доступа: <http://socis.isras.ru>, свободный (дата обращения: 12.11.2025).

6. Российская ассоциация по связям с общественностью [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.raso.ru, свободный (дата обращения: 12.11.2025).

7. Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.gks.ru/>, свободный (дата обращения: 12.11.2025).

8. Федеральное агентство воздушного транспорта. Росавиация [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.favt.ru/>, свободный (дата обращения: 12.11.2025).

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

9. Консультант Плюс [Электронный ресурс]: официальный сайт компании Консультант Плюс. — Режим доступа: <http://www.consultant.ru/>, свободный (дата обращения: 12.11.2025).

10. Электронная библиотека научных публикаций «eLIBRARY.RU» [Электронный ресурс] — Режим доступа: <http://elibrary.ru/>, свободный (дата обращения: 12.11.2025).

11. Медийный портал iQ Media: медиа для людей. [Электронный ресурс] — Режим доступа: <https://iq-media.ru>, свободный (дата обращения: 12.11.2025).

11 Материально-техническая база преддипломной практики

Производственная база организации:

- производственное и научно-исследовательское оборудование организации;
- аудитории с проектором и доступом в Интернет;
- 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 предприятия – базы практики;
- 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.

Организации для проведения преддипломной практики в профильных организациях, расположенных на территории Санкт-Петербурга

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 на
предприятиях, расположенных вне Санкт-Петербурга**

ФГУП «Государственная корпорация по организации воздушного движения в Российской Федерации»:

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 «Камчатчаэронавигация» (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

**Аэропорты, авиакомпании и другие предприятия воздушного
транспорта**

18. ООО «Воздушные Ворота Северной Столицы» производственный отдел (г. Санкт-Петербург), договор № 00032/2016 от 15.04.2016

19. ОАО «Международный аэропорт Анапа имени В.К. Коккинаки», договор № 00064/2016 от 26.12.2016

20. АО «Международный аэропорт Краснодар имени Екатерины II», 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 имени В.К. Арсеньева», 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 имени Н.В. Лемаева» (г. Нижнекамск), договор № БГШ-506\16 от 13.07.2016
27. АО «Ростоваэроинвест» (г. Ростов-на-Дону), договор РНД-228/18-Д06 от 14.02.2018
28. ФКП «Аэропорты Красноярья» (г. Красноярск), договор № 054/2016 от 12.09.2016
29. ОАО «Омский аэропорт» (г. Омск), договор №720/07-2018 от 12.07.2018
30. АО «Международный аэропорт Калининград (Храброво) имени императрицы Елизаветы Петровны» (г. Калининград), договор DOU-141/16 от 16.12.2016
31. ПАО «Международный аэропорт Кольцово» (г. Екатеринбург), договор № 00063/2016 от 26.12.2016
32. АО «Международный аэропорт Петропавловск-Камчатский (Елизово) (г. Елизово Камчатского края)», договор № 00061/2016 от 30.11.2016
33. АО «Международный аэропорт Архангельск имени Ф.А. Абрамова», 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» (г. Братск, Иркутская область), договор № 00082/2017 от 18.05.2017
36. АО «Международный аэропорт Уфа имени Мустая Карима», договор №00085/2017 от 23.05.2017
37. АО «Аэропорт Мурманск», договор № а/п-1946/17 от 23.06.2017
38. ГУП Оренбургской области «Аэропорт Оренбург», договор № 646/АП-2018 от 11.07.2018
39. АО «Международный аэропорт Нижний Новгород» договор №00084/2017/ МАНН-534/17-Р57 от 22.05.2017
40. АО «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» (Ивановская область), договор №00117/2018 от 12.04.2018
44. АО «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. АО «Красавиа» (г. Красноярск), договор №5499/16 от 19.08.201648.

48. АО «Ижавиа» (г. Ижевск), договор №941-16/3 от 1.09.2017

49. ООО «Авиакомпания Турухан» (г. Тюмень) (входит в группу компаний «ЮТэйр»), договор №39 от 14.02.2017

50. АО «Авиакомпания Смартавиа» (г. Архангельск), договор №668-Н25-17 от 01.12.2017

51. ООО Авиакомпания «Авиастар–Ту» (г. Москва), договор №000111/2018 от 01.03.2018

53. АО «Авиакомпания «Россия»» (г. 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 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» «31» марта 2026 г., протокол № 10.

Разработчик:

к.ф.н., доцент



О.Н. Левшина

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 согласована на Заседании Учебно-методического совета Университета «22» апреля 2026 г., протокол № 7.