

Минобрнауки России

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

«Оренбургский государственный университет»

Кафедра рекламы, связей с общественностью и прикладной политологии

ПРОГРАММА ПРАКТИКИ

«Б2.П.Б.У.1 Профессионально-ознакомительная практика»

Вид учебная практика
учебная, производственная

Тип профессионально-ознакомительная практика

Форма дискретная по видам практик
непрерывная, дискретная

Уровень высшего образования

БАКАЛАВРИАТ

Направление подготовки

42.03.01 Реклама и связи с общественностью
(код и наименование направления подготовки)

Реклама и связи с общественностью в информационном обществе
(наименование направленности (профиля) образовательной программы)

Квалификация

Бакалавр

Форма обучения

Заочная

Год набора 2021

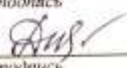
Программа практики «Б2.П.Б.У.1 Профессионально-ознакомительная практика»
рассмотрена и утверждена на заседании кафедры

рекламы, связей с общественностью и прикладной политологии
наименование кафедры

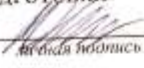
протокол № 6 от "05" февраля 2021 г.

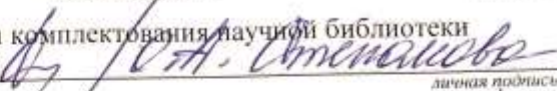
Заведующий кафедрой
рекламы, связей с общественностью и прикладной политологии
наименование кафедры  подпись Т.Ю. Димитрова
расшифровка подписи

Исполнители:

доцент  Ю.В. Кудашова
должность подпись расшифровка подписи
доцент  Т.Ю. Димитрова
должность подпись расшифровка подписи

СОГЛАСОВАНО:

Председатель методической комиссии по направлению подготовки
42.03.01 Реклама и связи с общественностью  Ю.В. Кудашова
код наименование личная подпись расшифровка подписи

Заведующий отделом комплектования научной библиотеки  Н.Н. Бигалиева
личная подпись расшифровка подписи

Уполномоченный по качеству факультета  О.П. Тарасова
личная подпись расшифровка подписи

№ регистрации _____

© Кудашова Ю.В., 2021
Димитрова Т.Ю., 2021
© ОГУ, 2021

1 Цели и задачи освоения практики

Цель практики: учебная практика является начальной частью подготовки студентов по направлению подготовки «Реклама и связи с общественностью». Она проводится по окончании теоретического курса обучения 1 и 2 курсов и направлена на закрепление и углубление полученных знаний, приобретение навыков практической работы в пространстве масс-медиа, изучение деятельности средств массовой информации. Целью практики является непосредственная практическая подготовка к профессиональной деятельности специалиста по рекламе и связям с общественностью, углубление и закрепление теоретических знаний, приобретение опыта работы со средствами массовой информации.

Задачи:

1) теоретический компонент:

- получить базовые представления о целях, задачах, теоретических основах работы средств массовой информации, роли специалистов по связям с общественностью в современном обществе и особенностям взаимодействия со СМИ;
- иметь представление о происхождении и функционировании системы СМИ, о всех её уровнях, о структурных и коммуникативных аспектах современных средств массовой информации;
- иметь знания о формах и методах работы специалистов по связям с общественностью, организации и планирования работы.
- углубить знания о системе СМИ;
- закрепить знания, полученные студентами в процессе изучения общепрофессиональных дисциплин;

2) познавательный компонент:

- ознакомится с видами и структурой средств массовой информации и их характеристикой; - изучить и проанализировать нормативно-правовые и нормативно-методические документы, определяющие деятельность СМИ;
- получить базовые знания о работе различных средств массовой информации; - познакомить с процессом подготовки и выпуска теле- и радиопередач и печатных изданий;
- познакомиться с работой электронных и печатных СМИ;

3) практический компонент:

- знать основные техники использования теоретических знаний для решения коммуникативных задач в сфере профессиональной деятельности;
- получить представление о процессе подготовки материалов для различных СМИ;
- получить представление о процессе моделирования различных ситуаций, возникающих в процессе профессиональной деятельности;
- уметь работать с фактами, материалом, примерами сравнения, ссылками; - привить студентам первоначальные навыки работы с электронными или печатными СМИ;
- сформировать первые профессиональные навыки;
- овладеть профессионально-практическими навыками и методами организации деятельности журналиста;
- научиться самостоятельно или под контролем выполнять отдельные действия и операции по созданию текстов;
- научиться под контролем выполнять обработку и анализ целевых аудиторий СМИ, повестки дня и другой профессиональной информации.

2 Место практики в структуре образовательной программы

Практика относится к базовой части блока П «Практика»

Пререквизиты практики: *Б1.Д.Б.6 Русский язык и культура речи, Б1.Д.Б.21 Теория и практика массовой информации*

Постреквизиты практики: *Б1.Д.Б.19 Социология массовой коммуникации, Б1.Д.Б.20 Психология массовых коммуникаций, Б1.Д.Б.25 Пресс-служба*

3 Планируемые результаты обучения при прохождении практики

Процесс изучения практики направлен на формирование следующих результатов обучения

Код и наименование формируемых компетенций	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения при прохождении практики
УК-1 Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	УК-1-В-2 Осуществляет критический анализ и синтез информации, полученной из разных источников УК-1-В-4 Применяет методы сбора, хранения, обработки, передачи, анализа и синтеза информации с использованием компьютерных технологий для решения поставленных задач УК-1-В-5 Формулирует и аргументирует выводы и суждения, в том числе с применением философского понятийного аппарата УК-1-В-6 Формулирует собственную гражданскую и мировоззренческую позицию с опорой на системный анализ философских взглядов и исторических закономерностей, процессов, явлений и событий	Знать: место и роль информатики в–современном мире; фундаментальные понятия– информатики; основы современных информационных– технологий обработки информации и их влияние на успех в профессиональной деятельности; специфику и виды профессионально– значимой информации, источники ее получения; методы сбора, хранения, обработки,– передачи, анализа и синтеза информации. Уметь: применять методы сбора, хранения,– обработки, передачи, анализа и синтеза информации с использованием компьютерных технологий для решения поставленных задач; использовать стандартные пакеты– прикладных компьютерных программ для решения поставленных задач. Владеть: методами сбора, хранения, обработки,– передачи, анализа и синтеза информации согласно поставленным учебным и профессиональным задачам с использованием информационных, компьютерных и сетевых технологий; основными методами работы с прикладными программными средствами.
УК-2 Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	УК-2-В-1 Понимает классическую структуру проекта с учетом оптимизации ресурсного обеспечения, способы представления проекта	Знать: сущность и принципы проектирования; основы правового обеспечения при организации проектной деятельности; классическую структуру проекта с учетом оптимизации ресурсного обеспечения; механизмы деятельности в сфере привлечения средств. Уметь: определять круг задач для организации деятельности по созданию и продвижению проекта; формулировать цели и задачи проекта; уметь структурировать этапы процесса организации проектной деятельности. Владеть: навыками стратегического развития идеи в проект в рамках поставленной цели с учетом действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений; навыками применения элементов

Код и наименование формируемых компетенций	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения при прохождении практики
		анализа, планирования и оценки рисков для выбора оптимальной стратегии развития и обоснования устойчивости проекта.
УК-3 Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	УК-3-В-1 Понимает эффективность использования стратегии командного сотрудничества для достижения поставленной цели, определяет свою роль в команде	Знать: основные термины проектирования; концептуальные основы метода проектов, принципы и этапы проектирования; основы формирования команды управления проектом и принципы выбора оргструктуры; основные характеристики источников информации; способы представления проекта. Уметь: генерировать идею, выбирать направление ее развития в проект с учетом видовых характеристик и осуществлять социальное взаимодействие посредством распределения проектных ролей в команде; уметь организовать работу по сбору необходимых информационно-аналитических данных для проекта. Владеть: навыками по распределению ролей в проектном коллективе; навыками в области обработки полученной информации; навыками представления готового проекта.
УК-4 Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	УК-4-В-1 Выбирает на государственном и иностранном (-ых) языках коммуникативно приемлемый стиль делового общения, вербальные и невербальные средства взаимодействия с партнерами УК-4-В-2 Ведет деловую коммуникацию в письменной и электронной форме, учитывая особенности стилистики официальных и неофициальных писем, социокультурные различия в формате корреспонденции на государственном и иностранном (-ых) языках	Знать: основы делового общения (нормы литературного языка, коммуникативные качества речи, жанры устной деловой коммуникации); особенности вербальной и невербальной коммуникации, особенности письменной деловой коммуникации, в том числе в электронной форме; различные жанры деловой корреспонденции на государственном языке Российской Федерации; социокультурную специфику русского речевого этикета. Уметь: вести деловое общение в соответствии с нормами современного русского литературного языка; продуцировать тексты деловой корреспонденции в соответствии с нормами современного русского литературного языка. Владеть: нормами современного русского литературного языка при осуществлении деловой коммуникации в устной форме; жанрами делового общения и этикетными речевыми нормами при осуществлении деловой коммуникации в письменной и

Код и наименование формируемых компетенций	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения при прохождении практики
		электронной формах.
ОПК-1 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-В-1 ОПК-1.1.Выявляет отличительные особенности медиатекстов и (или) медиапродуктов и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ ОПК-1-В-2 ОПК-1.2.Осуществляет подготовку текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	Знать: отличительные особенности медиатекстов и (или) медиапродуктов и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ Уметь: востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем Владеть: нормами современного русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем литературного языка при подготовке текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов

4 Трудоемкость и содержание практики

4.1 Трудоемкость практики

Общая трудоемкость практики составляет 9 зачетных единиц (324 академических часа).

Практика проводится в 2, 4 семестрах.

Виды итогового контроля:

- 2 семестр: дифференцированный зачет;
- 4 семестр: дифференцированный зачет.

4.2 Содержание практики

Виды работ, связанные с будущей профессиональной деятельностью и направленные на формирование, закрепление, развитие практических навыков и компетенций

- создание авторских публикаций, видеороликов;
- создание пиар-текстов, пресс-релизов пресс-кита, медиа-кита;
- создание сценариев проведения специальных мероприятий;
- информационно-коммуникативное сопровождение определенного события или процесса;
- наполнение сайта организации.

Этапы прохождения практики

1 этап. Установочный 1. Вводная беседа о целях, задачах и содержании программы учебно-ознакомительной практики. 2. Требования, предъявляемые к деятельности студента. 3. Выдача задания на практику. 4. Составление графика выполнения работ. 5. Методические пояснения по оформлению отчета по практике.

2 этап. Подготовительный 1. Обсуждение конкретных заданий, способов их выполнения и оформления отчета. 2. Повторение необходимых теоретических разделов.

3 этап Производственный (рабочий)

1. Производственный инструктаж. Инструктаж по технике безопасности в редакции. 2. Планирование студентами собственной деятельности и знакомства со своими руководителями. 3. Изучение программы и разработка плана индивидуальной работы на время практики. 4. Совместное руководителем от предприятия обсуждение графика работы, порядка выполнения заданий.

2. Знакомство с организацией 1. Общее знакомство с организацией, ее рекламными службами, подразделениями по связям с общественностью. 2. Знакомство со структурой предприятия СМИ. 3. Анализ должностных инструкций положений о структурных подразделениях. 4. Обсуждение особенностей данной организации, подведение предварительных итогов.

3. Работа в структурных подразделениях 1. Анализ основных внешних и внутренних целевых аудитории связей с общественностью 2. Анализ внешних и внутренних коммуникации организации; 3. Коммуникационный и информационный аудит деятельности организации 4. Работа в структурном подразделении, выполнение индивидуальных заданий

4. Выполнение заданий практики.

Задания на практику оформляются перечнем специальных заданий, раскрывающих содержание основных видов практики студентов. Состав и содержание заданий практики определяется ее видом. Задания выполняются с учетом специфики работы структур по рекламе и связям с общественностью.

5 Формы отчетной документации по итогам практики

После окончания учебной практики студент в течение недели оформляет отчет, готовит доклад, получает письменный отзыв руководителя практики от организации, в который вносится оценка работы практиканта. До проведения зачета студент должен руководителю практики от университета сдать отчет по учебной практике, включающий:

- дневник практики;
- отчет по практике;
- приложение к отчету: авторские материалы (или публикации).

Дневник ведется по установленной форме. В дневник записываются все выполненные работы. Записи делаются ежедневно по окончании операционного дня. Руководителем практики в дневник заносятся данные о трудовой дисциплине (нарушениях или поощрениях). По окончании практики на отдельных участках работ руководитель практики проверяет записи в дневнике. В конце дневника руководитель практики должен написать развернутую характеристику на студента. Дневник заверяется печатью предприятия и подписью руководителя практики от предприятия. Итоги практики студента обсуждаются на совещании (летучке) работников учреждения СМИ и находят отражение в характеристике (в дневнике практики), которую студент затем представляет на кафедру вместе с другими материалами.

Отчет по практике:

1. Общая характеристика объекта: наименование; миссия; цели и задачи деятельности; история.

2. Характеристика структуры управления и системы коммуникаций:

- организационная структура управления;
- внешние и внутренние коммуникации организации;
- основные внешние и внутренние целевые аудитории связей с общественностью.

3. Опыт и проблемы функционирования организации:

- характеристика рекламной деятельности предприятия;
- задачи деятельности по связям с общественностью;
- проблемы деятельности СМИ;
- нормативно-правовые акты, определяющие работу в редакциях и электронных и печатных

СМИ.

4. Современные технологические средства массовой информации.

5. Анализ повестки дня СМИ.

6. Описание собранного архива информационных материалов за этот период учебной практики.

7. Описание полученных умений и навыков за период прохождения учебной практики в электронных или печатных СМИ, трудностей, связанных с выполнением заданий редакции.

8. Выполнение индивидуальных заданий и работа над собственными журналистскими материалами.

Собственные материалы включаются в **приложение к отчету** практике:

- информационная заметка (одна-две);
- репортаж, интервью, отчет или зарисовка (по выбору).

Если за период прохождения практики у студента были публикации в газете, то их необходимо приложить к отчету. Авторские публикации заверяются редакцией, на кафедру нужно представить номера газет с опубликованными материалами или заверенный редактором и печатью организации сценарий теле- или радиоматериала. Отчет и дневник по практике подписывается руководителем практики от организации и заверяется печатью организации.

6 Учебно-методическое и информационное обеспечение практики

6.1 Перечень учебной литературы и ресурсов сети Интернет, необходимых для проведения практики

Марков, А. А. Теория и практика массовой информации: Учебник / Марков А.А., Молчанова О.И., Полякова Н.В; Под общ.ред. А.А. Маркова - Москва : НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 252 с. (Высшее образование: Бакалавриат) ISBN 978-5-16-006505-2. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/544650> \

Шарков, Ф. И. Интегрированные коммуникации: правовое регулирование в рекламе, связях с общественностью и журналистике / Шарков Ф.И., - 3-е изд. - Москва : Дашков и К, 2016. - 336 с.: ISBN 978-5-394-00783-5. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/414955>

Блюмин, А. М. Мировые информационные ресурсы : учебное пособие для бакалавров / А. М. Блюмин, Н. А. Феоктистов. - 4-е изд., стер. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2020. - 382 с. - ISBN 978-5-394-03598-2. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1093525>

Яковлев, Г. А. Коммерция в средствах массовой информации : учебное пособие / Г. А. Яковлев. — Москва : ИНФРА-М, 2018. — 143 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). - ISBN 978-5-16-013505-2. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/939892>

Маркина, Ю. В. Зарубежные СМИ сегодня: крупнейшие корпорации и монополистические объединения : учебное пособие / Ю.В. Маркина, В.В. Хорольский. — Москва : ИНФРА-М, 2020. — 263 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — DOI 10.12737/978375. - ISBN 978-5-16-014373-6. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/978375>

Мандель, Б. Р. PR: методы работы со средствами массовой информации : учебное пособие / Б.Р. Мандель. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Вузовский учебник : ИНФРА-М, 2020. — 238 с. - ISBN 978-5-9558-0556-6. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1068911>

Молчанова, О. И. Социальное управление процессами конвергенции в современной медиасфере : монография / О. И. Молчанова. — Москва : ИНФРА-М, 2019. — 241 с. — (Научная мысль). — ISBN 978-5-16-015086. - www.dx.doi.org/10.12737/monography_5cc060198a5712.81801460. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1016659>

Головлева, Е. Л. Массовые коммуникации и медиапланирование [Текст] : учеб. пособие для вузов / Е. Л. Головлева . - Ростов-на-Дону : Феникс, 2008. - 252 с. - (Высшее образование). - Библиогр.: с. 209-214. - Прил.: с. 215-246 . - ISBN 978-5-222-12832-9.

Богомолова, Н. Н. Социальная психология массовой коммуникации [Текст] : учеб. пособие для вузов / Н. Н. Богомолова . - М. : Аспект Пресс, 2010. - 192 с. - Прил.: с. 178-191. - Библиогр.: с. 170-177. - ISBN 977567-0513-3.

Шарков, Ф. И. Реклама и связи с общественностью: коммуникативная и интегративная сущность кампании [Текст] : учеб. пособие / Ф. И. Шарков, А. А. Родионов; Акад. труда и социальных отношений, Каф. связей с общественностью. - Екатеринбург : Деловая книга ; М. : Академический проект, 2007. - 301 с. - (Gaudeamus). - Библиогр.: с. 296-298. - ISBN 5-8291-0788-0. - ISBN 5-88687-175-6.

Чумиков, А. Н. Актуальные связи с общественностью: сфера, генезис, технологии, области применения, структуры [Текст] : учеб.-практ. пособие / А. Н. Чумиков, М. П. Бочаров. - М. : Высш. образование : Юрайт, 2009. - 722 с. : ил. - (Прогрессивный учебник). - Библиогр. в конце гл. - ISBN 978-5-9692-0467-6.

Коновченко, С. В. Информационная политика в России [Текст] : [монография] / С. В. Коновченко, А. Г. Киселев ; Российская академия гос. службы при президенте Российской Федерации. - М. : РАГС, 2004. - 528 с. : ил. - Библиогр.: с. 497-524. - ISBN 5-87688-138-4

Панюшева, М. М. Блогосфера: традиционные СМИ vs нетрадиционные / М. М. Панюшева // Вестник Московского университета Сер. 10. Журналистика, 2010. - N 4. - С. 106-122. - Библиогр. в примеч. Библиогр.: с. 122.

Информационная политика [Текст] : учебник / [П. В. Беспалов [и др.] ; под общ. ред. В. Д. Попова ; Рос. акад. гос. службы при Президенте РФ. - М. : РАГС, 2003. - 463 с. - (Учебники Российской академии государственной службы при президенте Российской Федерации). - Авт. указаны на обороте тит. л. - Глоссарий: с. 432-449. - Библиогр.: с. 450-459. - ISBN 5-7729-0148-6.

Тавокин, Е. П. Журналистика в системе массовой коммуникации [Электронный ресурс] / Е. П. Тавокин; Под общ. ред. В. К. Егорова, В. П. Чичканова, В. М. Герасимова // Ученые записки РАГС. Выпуск 1 (3). - Москва : Изд-во РАГС, 2005. - С. 189 - 201. - ISBN 5-7729-0224-5, ISBN 5-7729-0249-0 (Вып. 1 (3)). - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/417784>

Периодические издания

- Журналистика и медиарынок : журнал. - М. : ЮНИТИ-ДАНА
- Вестник Московского Университета : журнал. - М. : Агентство "Роспечать"
- Журналист : журнал. - М. : ИД "ЭГ"
- Менеджмент в России и за рубежом : журнал. - М. : Агентство "Роспечать"
- Российский журнал менеджмента : журнал. - М. : Агентство "Роспечать"
- Маркетинг и маркетинговые исследования : журнал. - М. : Агентство "Роспечать"
- Советник : журнал. - М. : Агенство "Роспечать"

Интернет-ресурсы

Информационно-аналитические системы:

<http://www.integrum.ru/> - система предоставляет возможности поиска и создания автоматизированного мониторинга по базе, включающей в себя более 40 000 источников: печатных изданий, интернет СМИ, телеканалов и радиотрансляций. Предоставляются архивы федеральных и региональных СМИ России. База обновляется ежедневно, опережая появление газет и журналов на прилавках, фактографический подход делает невозможным изъятие из неё какой-либо информации.

<http://www.regnum.ru/> - сайт информационного агентства Regnum, новостная, аналитическая информация о социально-экономических процессах в России и мире.

<http://www.medialogia.ru/> - информационно-аналитическая система, информация о СМИ, PR, их рейтинги.

<http://www.media-atlas.ru/> - обзор и анализ российской медиаиндустрии, аналитические статьи о медиарынке, рекламном рынке, поиск (атлас) специализированной информации (по стране и регионам).

<http://www.public.ru/> - полный спектр услуг по работе с материалами масс-медиа: онлайн-доступ к уникальной коллекции публикаций СМИ Public.Ru, мониторинг прессы и проведение аналитических исследований на базе открытых источников. Поиск и профессиональный анализ информации СМИ.

Федеральные СМИ:

<http://www.rbc.ru/> - РИА РБК – это ленты новостей политики, экономики и финансов, аналитические материалы, комментарии и прогнозы, тематические статьи, оперативные данные по всем сегментам финансового рынка, трансляции пресс-конференций и интервью с крупнейшими российскими политическими деятелями и бизнесменами.

<https://rg.ru/> - Интернет-портал “Российской газеты”. Новости экономики, общества, политики. Проишествия в регионах и в мире.

<https://tass.ru/> - Сайт информационного телеграфного агенства России ИТАР-ТАСС. Лента

новостей России и мира. Материалы пресс-конференций, Мультимедиа: виде- и фоторепортажи, инфографика и т.д.

<http://www.interfax.ru/> - Сайт международной информационной группы “Интерфакс”. “Интерфакс” – крупнейшая в СНГ частная диверсифицированная информационная группа, признанный лидер российского информационного рынка в сегменте B2B.

<https://lenta.ru/Lenta.ru> - новости России и мира. Экономика, наука и техника, спорт, культура.

<https://www.kommersant.ru/> - Сайт издательского дома “Коммерсантъ”. Фото, видео, книги, авторы, темы, справочник, рейтинги, Online-интервью, новости компаний, объявления о несостоятельности, блоги, годовые отчеты компаний.

<https://ria.ru/> - Сайт сетевого издания «РИА Новости». Группа РИА Новости — это лидирующий российский медиахолдинг с богатой 70-летней историей, в который сегодня входят: мультимедийное

<https://www.1tv.ru/> - Сайт главного телеканала страны.

<https://otr-online.ru/> - один из официальных телеканалов РФ.

<https://www.kp.ru/> - сайт общероссийской газеты «Комсомольская правда»

<http://kremlin.ru/> - сайт Президента РФ

<http://www.journ.msu.ru/> - сайт МГУ им. Ломоносова

<http://www.ng.ru/> - сайт «Независимой газеты»

<https://iz.ru/> - сайт газеты «Известия»

<https://russia.tv/> - сайт ТК «Россия»

<http://www.rbc.ru/> - журнал, телеканал «РосБизнесКонсалтинг (РБК)», аналитические статьи, передачи, актуальная экономическая и политическая информация.

<http://www.forbes.ru/> - русское издание журнала «Forbes», аналитические статьи, актуальная экономическая и политическая информация.

СМИ Оренбурга и Оренбургской области

www.orenburg.rfn.ru - ГТРК «ОРЕНБУРГ» - Филиал ФГУП "ВГТРК" Государственная телевизионная и радиовещательная компания "Оренбург".

<http://vestirama.ru/> - Сетевое издание «Государственный Интернет-Канал «Россия» ГТРК «ОРЕНБУРГ»

www.orenday.ru - ООО «ОРЕН-ТВ» - «Орен-тв» является сетевым партнером канала Рен-тв. Объективность, оперативность, честность. В эфире «Орен-тв» выходят информационные, аналитические и развлекательные программы.

www.echo-oren.ru - «Эхо Москвы в Оренбурге» - первая негосударственная радиостанция, распространяющая оперативную и полную информацию о политических и экономических событиях, новостях культуры и спорта 24 часа в сутки.

www.orenburzhie.ru - «Оренбуржье» — общественно-политическая газета. Выходит с октября 1991 года.

www.vecherniyorenburg.ru - «Вечерний Оренбург» - общественно-политическая газета

www.uralpressa.ru - «Южный Урал» - общественно-политическая газета. Выходит с октября 1917 года.

www.onlineon.ru - «Оренбургская неделя» - общественно-политическая газета, выходит с 1972 года.

www.feb56.ru - «Финансово-экономический бюллетень» — совместный проект ТПП Оренбургской области, Оренбургским союзом промышленников и предпринимателей, Региональным информационным агентством «Априори» и Центром стратегического планирования и развития Оренбургской области.

6.2 Перечень информационных технологий, используемых при проведении практики, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)

Лицензионное программное обеспечение

Операционная система MicrosoftWindows

Пакет настольных приложений MicrosoftOffice (Word, PowerPoint)

Инструментальные средства для распознавания текста: ABBYY FineReader

Издательская система для верстки и предпечатной подготовки разных публикаций AdobePageMaker 7.0.2

Свободное программное обеспечение

1. Служебное и офисное ПО:

- Свободный пакет офисных приложений ApacheOpenOffice. Предоставляется по лицензии ApacheLicense 2.0. Разработчик: ApacheSoftwareFoundation. Режим доступа: <http://www.openoffice.org/ru/>.

- Кроссплатформенный, свободно распространяемый офисный пакет с открытым исходным кодом LibreOffice. Предоставляется по лицензии LGPLv3 и MozillaPublicLicense. Разработчик: TheDocumentFoundation. Режим доступа: <https://www.libreoffice.org/>.

- Бесплатное средство просмотра файлов PDF AdobeReader. Доступна бесплатно после принятия условий лицензионного соглашения на ПО Adobe. Разработчик: AdobeSystems. Режим доступа: <https://get.adobe.com/ru/reader/>.

- Свободный файловый архиватор 7-Zip. Предоставляется по лицензии GNU LGPL. Разработчик: Игорь Павлов. Режим доступа: <http://www.7-zip.org/>.

2. Графические редакторы, издательские системы:

- Свободный, профессиональный пакет для создания трёхмерной компьютерной графики Blender. Предоставляется по лицензии GNU LGPL. Разработчик: BlenderFoundation. Режим доступа: <https://www.blender.org/download/>.

- Свободно распространяемый растровый графический редактор GIMP (GNU ImageManipulationProgram). Предоставляется по лицензии GNU LGPLv3. Авторы: Питер Маттис и Спенсер Кимбелл. Разработчики: GNOME Foundation. Режим доступа: <https://www.gimp.org/downloads/>.

Pro Quest Dissertations&ThesesA&I [Электронный ресурс] : база данных диссертаций. – Режим доступа : <https://search.proquest.com/> в локальной сети ОГУ.

SCOPUS [Электронный ресурс] : реферативная база данных / компания Elsevier. – Режим доступа: <https://www.scopus.com/> в локальной сети ОГУ.

Web of Science [Электронный ресурс]: реферативная база данных / компания Clarivate Analytics. – Режим доступа : <http://apps.webofknowledge.com/> в локальной сети ОГУ.

Антивирусное ПО Kaspersky Endpoint Security для бизнеса - Стандартный Russian Edition [2017–2021].

7 Места прохождения практики

Структурные подразделения ОГУ:

- кафедра рекламы, связей с общественностью и прикладной политологии;
- Медиацентр ИСГИМ;
- отдел по связям с общественностью;
- ДК «Россия»;
- Департамент молодежной политики и взаимодействия с сообществами.

Организации:

- федеральные и региональные средства массовой информации;

- рекламные и коммуникационные агентства г. Оренбурга;
- структурные подразделения организаций всех отраслей национальной экономики, всех форм собственности и организационно-правовых форм;
- некоммерческие организации;
- региональные отделения политических партий;
- пресс-службы образовательных, медицинских, культурных организаций и т.п.

8 Материально-техническое обеспечение практики

При прохождении практики в организации, на предприятии: отдельное рабочее место, оснащенное компьютерной техникой, подключенной к сети "Интернет", и обеспечением доступа к профессиональным электронным ресурсам и программам.

При прохождении практики в Вузе: учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа, семинарского типа, курсового проектирования, для проведения групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации.

Аудитории оснащены комплектами ученической мебели, техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории.

Помещение для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой, подключенной к сети "Интернет", и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду ОГУ.