

Программу составил(и):

Ст. преподаватель, Ганеева Л.Д.

Рабочая программа дисциплины

Учебная практика, профессионально-ознакомительная практика (бизнес-планирование)

разработана в соответствии с ФГОС:

Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (приказ Минобрнауки России от 08.06.2017 г. № 512)

составлена на основании учебного плана:

42.03.01 РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

Направленность (профиль): Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере
утвержденного учебно-методическим советом вуза от 13.06.2024 протокол № 5.

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры

Психологии

Зав. кафедрой

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1	Целями учебной практики, профессионально-ознакомительной практики (бизнес-планирование) является формирование умений и навыков практической работы выпускника применительно к конкретной отрасли деятельности организации; создать условия для формирования практических компетенций будущего специалиста по рекламе и связям с общественностью.
-----	--

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП

Цикл (раздел) ООП:	Б2.В.01
2.1	Требования к предварительной подготовке обучающегося:
2.1.1	Основы проектной деятельности
2.1.2	Проект по дисциплине "Основы проектной деятельности"
2.1.3	Теория и практика массовой информации
2.1.4	Основы связей с общественностью
2.1.5	Теория и практика рекламы
2.1.6	Основы теории коммуникации
2.1.7	Социология
2.1.8	Учебная практика, профессионально-ознакомительная практика (ознакомительно-производственная)
2.1.9	Цифровая грамотность
2.1.10	Введение в профессиональную деятельность
2.1.11	Информационные технологии в средствах массовой информации
2.2	Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:
2.2.1	Имиджелогия
2.2.2	Основы маркетинга
2.2.3	Основы проектирования в профессиональной деятельности
2.2.4	Теория и практика массовой информации
2.2.5	Учебная практика, профессионально-ознакомительная практика (социальное проектирование)
2.2.6	Социальное проектирование в рекламе и связях с общественностью
2.2.7	Территориальный брендинг
2.2.8	Копирайтинг
2.2.9	Корпоративная культура
2.2.10	Производственная практика, профессионально-творческая практика
2.2.11	Работа с текстами в рекламе и связях с общественностью
2.2.12	Спонсоринг и фандрайзинг
2.2.13	Брендинг
2.2.14	Интегрированное продвижение в интернете и социальных медиа
2.2.15	Консалтинг в связях с общественностью
2.2.16	Медиапланирование
2.2.17	Основы менеджмента

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**ПК-1.2:** Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии**ПК-1.3:** Участвует в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры**ПК-2.1:** Создает тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта

ПК-2.2: Создает информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применяет творческие решения с учетом мирового и отечественного опыта
ПК-3.1: Использует основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта
ПК-3.2: Принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта
ПК-3.3: Осуществляет мониторинг обратной связи с разными целевыми группами
ПК-4.1: При реализации коммуникационного продукта использует технологии медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн и онлайн среде
ПК-4.2: При подготовке текстов рекламы и (или) связей с общественностью использует основные технологии копирайтинга в онлайн и офлайн среде
ПК-4.3: Применяет основные технологии организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами
ПК-4.4: Участвует в формировании корпоративной культуры организации с помощью основных инструментов внутренних коммуникаций
ПК-4.5: Использует современные технические средства и основные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта
ПК-5.1: Участвует в продвижении социально значимых ценностей средствами связей с общественностью и рекламы
ПК-6.1: Осуществляет редактирование текстов рекламы и связей с общественностью в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, технологическими требованиями каналов трансляции коммуникационного продукта

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

3.1 Знать:

3.1.1	- основные технологии организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами в процессе консалтингового управления;
3.1.2	- особенности коммуникационной инфраструктуры и корпоративной культуры организации, специфику внутренних и внешних коммуникаций, в том числе с государственными учреждениями, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации;
3.1.3	- основные особенности и круг профессиональных обязанностей копирайтера; методики анализа знаковых систем рекламных сообщений, приемы и технологии, применяемые при создании сценариев для рекламных роликов; литературные приемы используемые при создании слоганов; основные механизмы и закономерности воздействия общества на личность процессы формирования и развития социальных институтов, их социальные роли и функции;
3.1.4	- способы создания инфоповодов;
3.1.5	- знать основы создания сценария социального события, мероприятия, видеоролика, клипа, технического задания при выполнении заказа;
3.1.6	- специфику деятельности в отделе рекламы, маркетинговом отделе, отделе по связям с общественностью, в рекламном агентстве; логику планирования, производства и выполнения маркетингового исследования;
3.1.7	- основные методы маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта;
3.1.8	- основные методы мониторинга обратной связи с разными целевыми аудиториями;
3.1.9	- устройство медиарилейшинз, специфику медиапланирования в онлайн и офлайн среде; базовые основы медиапланирования; правила и приемы работы с журналистами правила их аккредитации;
3.1.10	- основы медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн и офлайн среде;
3.1.11	- основы технологии организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами;
3.1.12	- основы планирования и организации коммуникационных кампаний и мероприятий внутри корпорации;
3.1.13	- технологию производства и распространения цифровой рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы;
3.1.14	- особенности, алгоритмы и приемы продвижения ценностей в массовой коммуникации;
3.1.15	- основные виды и жанры текстов и документов, используемых в сфере рекламы и связей с общественностью
3.2	Уметь:
3.2.1	- основные виды коммуникационных мероприятий и кампаний, этапы их планирования и организации;
3.2.2	- разрабатывать коммуникационную инфраструктуру предприятия, его внешние и внутренние коммуникации, формировать корпоративную культуру организации методами рекламы и связей с общественностью;
3.2.3	- классифицировать и типизировать вербальные формы рекламы, ориентироваться в семиотической природе рекламы, моделировать рекламные сообщения в соответствии с концепцией рекламной кампании; проводить исследования в конкретной предметной области, понимать результаты экспериментальных и наблюдательных способов проверки научных теорий -ориентироваться в научной литературе, посвященной вопросам современной рекламы, знать основные сайты информационных баз в сети Интернет;
3.2.4	- применять технологии создания инфоповодов на основе использования актуальных трендов и аналитики новостей;
3.2.5	- создавать сценарии специальных событий и мероприятий для рекламной и PR-кампании;
3.2.6	- планировать, организовывать условия проведения, анализировать итоги маркетингового исследования; организовать взаимодействие при решении поставленных перед коллективом задач и выполнение маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта;
3.2.7	- планировать разработку маркетинговых исследований для реализации коммуникационные продуктов;
3.2.8	- планировать и вести мониторинг обратной связи с различными целевыми аудиториями;
3.2.9	- составлять медиаплан в онлайнсреде; рассчитывать эффективность медиаплана;
3.2.10	- использовать современные технические средства и технологии для создания медийных продуктов;
3.2.11	- проявлять способность организовывать процесс планирования, реализации и анализа эффекта проведения специальных мероприятий; просчитывать и определять характеристики целевой аудитории, сегментирования целевой аудитории;
3.2.12	- планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия, способствующие формированию корпоративной культуры;
3.2.13	- проявлять способность организовывать технические решения и средства, приёмы и методы онлайн и офлайн коммуникации;
3.2.14	- реализовывать различные коммуникационные инструменты рекламы и связей с общественностью в целях продвижения социально значимых ценностей;
3.2.15	- редактировать тексты различной стилистики; разрабатывать тексты различных видов и жанров, используемых в сфере рекламы и связей с общественностью

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)						
Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Литература	Примечание
	Раздел 1. Организационный этап					
1.1	Организация установочной конференции на базе СурГУ (кафедра психологии ИГОиС) по проведению практики. Ознакомительная лекция, инструктаж по технике безопасности, охране труда, пожарной безопасности, правилами внутреннего трудового распорядка. Организационные методические, педагогические, психологические установки. /Пр/	4	4	ПК-2.1 ПК-2.2 ПК-2.3 ПК-1.2 ПК-1.3 ПК-4.1 ПК-4.2 ПК-4.3 ПК-3.1 ПК-3.2 ПК-3.3	Л1.1Л2.1Л3.1 Л3.2 Э1	
	Раздел 2. Подготовительный этап					
2.1	Подготовительный этап. Мероприятия по сбору, обработке и систематизации материала, наблюдение. Определение источников информации, направлений деятельности и плана практики. Разработка плана деятельности. /Пр/	4	4	ПК-2.1 ПК-2.2 ПК-2.3 ПК-1.2 ПК-1.3 ПК-4.1 ПК-4.2 ПК-4.3 ПК-3.1 ПК-3.2 ПК-3.3	Л1.2Л2.1Л3.2 Э1	
2.2	Подготовительный этап. Мероприятия по сбору, обработке и систематизации материала, наблюдение. Определение источников информации, направлений деятельности и плана практики. Разработка плана деятельности. /Ср/	4	30	ПК-2.1 ПК-2.2 ПК-2.3 ПК-1.2 ПК-1.3 ПК-4.1 ПК-4.2 ПК-4.3 ПК-3.1 ПК-3.2 ПК-3.3	Л1.3Л2.2Л3.2 Э1	
	Раздел 3. Производственный этап					
3.1	Производственный этап. Выполнение индивидуальных занятий, необходимых для получения опыта работы по выбранной профессии. Обработка и анализ полученной информации, необходимых исследование. Подготовка PR- и рекламных текстов (буклеты, объявления, плакаты), сопровождающих мероприятие. Написание бизнес-плана. Внедрение бизнес-плана в деятельность компании. /Пр/	4	4	ПК-2.1 ПК-2.2 ПК-2.3 ПК-1.2 ПК-1.3 ПК-4.1 ПК-4.2 ПК-4.3 ПК-3.1 ПК-3.2 ПК-3.3	Л1.1Л2.1Л3.2 Э1	
3.2	Производственный этап. Выполнение индивидуальных занятий, необходимых для получения опыта работы по выбранной профессии. Обработка и анализ полученной информации, необходимых исследование. Подготовка PR- и рекламных текстов (буклеты, объявления, плакаты), сопровождающих мероприятие. Написание бизнес-плана. Внедрение бизнес-плана в деятельность компании. /Ср/	4	30	ПК-2.1 ПК-2.2 ПК-2.3 ПК-1.2 ПК-1.3 ПК-4.1 ПК-4.2 ПК-4.3 ПК-3.1 ПК-3.2 ПК-3.3	Л1.2Л2.1Л3.2 Э1	
	Раздел 4. Этап обработки и анализа полученной информации					

4.1	Этап обработки и анализа полученной информации по выполненным заданиям. Организация итоговой конференции. Мероприятия по сбору, обработке и систематизации материала, наблюдение. Обработка и анализ полученной информации по выполненным заданиям. Проверка методических материалов и документации. Подготовка к выступлению на итоговой конференции. Проверка руководителем текста подготовленной документации, внесение коррективов. Обсуждение проблемных вопросов практики, обмен опытом. /Пр/	4	4	ПК-2.1 ПК-2.2 ПК-2.3 ПК-1.2 ПК-4.1 ПК-4.2 ПК-4.3 ПК-3.1 ПК-3.2 ПК-3.3	Л1.3Л2.1Л3.2 Э1	
4.2	Этап обработки и анализа полученной информации по выполненным заданиям. Организация итоговой конференции. Мероприятия по сбору, обработке и систематизации материала, наблюдение. Обработка и анализ полученной информации по выполненным заданиям. Проверка методических материалов и документации. Подготовка к выступлению на итоговой конференции. Проверка руководителем текста подготовленной документации, внесение коррективов. Обсуждение проблемных вопросов практики, обмен опытом. /Ср/	4	30	ПК-2.1 ПК-2.2 ПК-2.3 ПК-1.2 ПК-4.1 ПК-4.2 ПК-4.3 ПК-3.1 ПК-3.2 ПК-3.3	Л1.1Л2.2Л3.2 Э1	
4.3	/Зачёт/	4	2	ПК-2.1 ПК-2.2 ПК-2.3 ПК-1.2 ПК-1.3 ПК-4.1 ПК-4.2 ПК-4.3 ПК-3.1 ПК-3.2 ПК-3.3	Э1	
Раздел 5. Организационный этап						
5.1	Организация установочной конференции на базе СурГУ (кафедра психологии ИГОиС) по проведению практики. Ознакомительная лекция, инструктаж по технике безопасности, охране труда, пожарной безопасности, правилами внутреннего трудового распорядка. Организационные методические, педагогические, психологические установки /Пр/	5	4	ПК-2.1 ПК-2.2 ПК-2.3 ПК-1.2 ПК-4.1 ПК-4.2 ПК-4.3 ПК-3.1 ПК-3.2 ПК-3.3	Л1.1Л2.2Л3.2 Э1	
Раздел 6. Подготовительный этап						
6.1	Подготовительный этап. Мероприятия по сбору, обработке и систематизации материала, наблюдение. Определение источников информации, направлений деятельности и плана практики. Разработка плана деятельности. /Пр/	5	8	ПК-2.1 ПК-2.2 ПК-2.3 ПК-1.2 ПК-4.1 ПК-4.2 ПК-4.3 ПК-3.1 ПК-3.2 ПК-3.3	Л1.2Л2.1Л3.2 Э1	

6.2	Подготовительный этап. Мероприятия по сбору, обработки и систематизации материала, наблюдение. Определение источников информации, направлений деятельности и плана практики. Разработка плана деятельности. /Ср/	5	26	ПК-2.1 ПК-2.2 ПК-2.3 ПК-1.2 ПК-4.1 ПК-4.2 ПК-4.3 ПК-3.1 ПК-3.2 ПК-3.3	Л1.3Л2.1Л3.2 Э1	
Раздел 7. Производственный этап						
7.1	Выполнение индивидуальных занятий, необходимых для получения опыта работы по выбранной профессии. Обработка и анализ полученной информации, необходимых исследование. Подготовка PR- и рекламных текстов (буклеты, объявления, плакаты), сопровождающих мероприятие. Написание бизнес-плана. Внедрение бизнес-плана в деятельность компании. /Пр/	5	8	ПК-2.1 ПК-2.2 ПК-2.3 ПК-1.2 ПК-4.1 ПК-4.2 ПК-4.3 ПК-3.1 ПК-3.2 ПК-3.3	Л1.1Л2.2Л3.2 Э1	
7.2	Выполнение индивидуальных занятий, необходимых для получения опыта работы по выбранной профессии. Обработка и анализ полученной информации, необходимых исследование. Подготовка PR- и рекламных текстов (буклеты, объявления, плакаты), сопровождающих мероприятие. Написание бизнес-плана. Внедрение бизнес-плана в деятельность компании. /Ср/	5	26	ПК-2.1 ПК-2.2 ПК-2.3 ПК-1.2 ПК-4.1 ПК-4.2 ПК-4.3 ПК-3.1 ПК-3.2 ПК-3.3	Л1.2Л2.1 Л2.2Л3.2 Э1	
Раздел 8. Этап обработки и анализа полученной информации по выполненным заданиям						
8.1	Этап обработки и анализа полученной информации по выполненным заданиям. Организация итоговой конференции. Мероприятия по сбору, обработке и систематизации материала, наблюдение. Обработка и анализ полученной информации по выполненным заданиям. Проверка методических материалов и документации. Подготовка к выступлению на итоговой конференции. Проверка руководителем текста подготовленной документации, внесение коррективов. Обсуждение проблемных вопросов практики, обмен опытом. /Пр/	5	12	ПК-2.1 ПК-2.2 ПК-2.3 ПК-1.2 ПК-1.3 ПК-4.1 ПК-4.2 ПК-4.3 ПК-3.1 ПК-3.2 ПК-3.3	Л1.3Л2.1 Л2.2Л3.2 Э1	

8.2	Этап обработки и анализа полученной информации по выполненным заданиям. Организация итоговой конференции. Мероприятия по сбору, обработке и систематизации материала, наблюдение. Обработка и анализ полученной информации по выполненным заданиям. Проверка методических материалов и документации. Подготовка к выступлению на итоговой конференции. Проверка руководителем текста подготовленной документации, внесение коррективов. Обсуждение проблемных вопросов практики, обмен опытом. /Ср/	5	24	ПК-2.1 ПК-2.2 ПК-2.3 ПК-1.2 ПК-1.3 ПК-4.1 ПК-4.2 ПК-4.3 ПК-3.1 ПК-3.2 ПК-3.3	Л1.1Л2.1Л3.2 Э1	
Раздел 9. Организационный этап						
9.1	Организация установочной конференции на базе СурГУ (кафедра психологии ИГОиС) по проведению практики. Ознакомительная лекция, инструктаж по технике безопасности, охране труда, пожарной безопасности, правилами внутреннего трудового распорядка. Организационные методические, педагогические, психологические установки. /Пр/	6	4	ПК-2.1 ПК-2.2 ПК-2.3 ПК-1.2 ПК-1.3 ПК-4.1 ПК-4.2 ПК-4.3 ПК-3.1 ПК-3.2 ПК-3.3	Л1.2Л2.2Л3.2 Э1	
Раздел 10. Подготовительный этап.						
10.1	Мероприятия по сбору, обработке и систематизации материала, наблюдение. Определение источников информации, направлений деятельности и плана практики. Разработка плана деятельности. /Пр/	6	10	ПК-2.1 ПК-2.2 ПК-2.3 ПК-1.2 ПК-1.3 ПК-4.1 ПК-4.2 ПК-4.3 ПК-3.1 ПК-3.2 ПК-3.3	Л1.3Л2.1Л3.2 Э1	
10.2	Мероприятия по сбору, обработке и систематизации материала, наблюдение. Определение источников информации, направлений деятельности и плана практики. Разработка плана деятельности. /Ср/	6	24	ПК-2.1 ПК-2.2 ПК-2.3 ПК-1.2 ПК-4.1 ПК-4.2 ПК-4.3 ПК-3.1 ПК-3.2 ПК-3.3	Л1.1Л2.2Л3.2 Э1	
Раздел 11. Производственный этап.						
11.1	Выполнение индивидуальных занятий, необходимых для получения опыта работы по выбранной профессии. Обработка и анализ полученной информации, необходимых исследование. Подготовка PR- и рекламных текстов (буклеты, объявления, плакаты), сопровождающих мероприятие. Написание бизнес-плана. Внедрение бизнес-плана в деятельность компании. /Пр/	6	10	ПК-2.1 ПК-2.2 ПК-2.3 ПК-1.2 ПК-4.1 ПК-4.2 ПК-4.3 ПК-3.1 ПК-3.2 ПК-3.3	Л1.2Л2.1 Л2.2Л3.2 Э1	

11.2	Выполнение индивидуальных занятий, необходимых для получения опыта работы по выбранной профессии. Обработка и анализ полученной информации, необходимых исследование. Подготовка PR- и рекламных текстов (буклеты, объявления, плакаты), сопровождающих мероприятие. Написание бизнес-плана. Внедрение бизнес-плана в деятельность компании. /Ср/	6	24	ПК-2.1 ПК-2.2 ПК-2.3 ПК-1.2 ПК-1.3 ПК-4.1 ПК-4.2 ПК-4.3 ПК-3.1 ПК-3.2 ПК-3.3	Л1.3Л2.1 Л2.2Л3.2 Э1	
Раздел 12. Этап обработки и анализа полученной информации по выполненным заданиям.						
12.1	Организация итоговой конференции. Мероприятия по сбору, обработке и систематизации материала, наблюдение. Обработка и анализ полученной информации по выполненным заданиям. Проверка методических материалов и документации. Подготовка к выступлению на итоговой конференции. Проверка руководителем текста подготовленной документации, внесение коррективов. Обсуждение проблемных вопросов практики, обмен опытом. /Пр/	6	8	ПК-2.1 ПК-2.2 ПК-2.3 ПК-1.2 ПК-1.3 ПК-4.1 ПК-4.2 ПК-4.3 ПК-3.1 ПК-3.2 ПК-3.3	Л1.1Л2.2 Л2.1Л3.2 Э1	
12.2	Организация итоговой конференции. Мероприятия по сбору, обработке и систематизации материала, наблюдение. Обработка и анализ полученной информации по выполненным заданиям. Проверка методических материалов и документации. Подготовка к выступлению на итоговой конференции. Проверка руководителем текста подготовленной документации, внесение коррективов. Обсуждение проблемных вопросов практики, обмен опытом. /Ср/	6	24	ПК-2.1 ПК-2.2 ПК-2.3 ПК-1.2 ПК-4.1 ПК-4.2 ПК-4.3 ПК-3.1 ПК-3.2 ПК-3.3	Л1.2Л2.1 Л2.2Л3.2 Э1	
12.3	/Зачёт/	6	4	ПК-2.1 ПК-2.2 ПК-2.3 ПК-1.2 ПК-4.1 ПК-4.2 ПК-4.3 ПК-3.1 ПК-3.2 ПК-3.3	Л1.3Л2.1Л3.2 Э1	

5. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА

5.1. Оценочные материалы для текущего контроля и промежуточной аттестации

Представлены отдельным документом

5.2. Оценочные материалы для диагностического тестирования

Представлены отдельным документом

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

6.1. Рекомендуемая литература

6.1.1. Основная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
--	---------------------	----------	-------------------	----------

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л1.1	Лопарева А. М.	Бизнес-планирование: учебник для вузов	Москва: Юрайт, 2024, электронный ресурс	1
Л1.2	Купцова Е. В., Степанов А. А.	Бизнес-планирование: учебник и практикум для вузов	Москва: Юрайт, 2024, электронный ресурс	1
Л1.3	Сергеев А. А.	Бизнес-планирование: учебник и практикум для вузов	Москва: Юрайт, 2024, электронный ресурс	1

6.1.2. Дополнительная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л2.1	Купцова Е. В., Степанов А. А.	Бизнес-планирование: учебник и практикум для спо	Москва: Юрайт, 2024, электронный ресурс	1
Л2.2	Сергеев А. А.	Бизнес-планирование: учебник и практикум для спо	Москва: Юрайт, 2024, электронный ресурс	1

6.1.3. Методические разработки

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л3.1	Анашкина, Н. А., Ткаченко, О. Н., Шматко, М. В.	Практическая подготовка студентов направления «Реклама и связи с общественностью»: учебное пособие	Омск: Омский государственный технический университет, 2020, электронный ресурс	1
Л3.2	Беспалова И. В., Вилкова Е. В., Воскресенская Н. Г., Кузнецова Н. А., Орлинская О. М., Селиверстова Ю. А., Фирулина Е. Г., Фортунатов А. Н., Щавелева М. Б., Фортунатова А. Н.	Реклама и связи с общественностью: теоретические аспекты. Часть 1: Учебно-методическое пособие	Нижний Новгород: ННГУ им. Н. И. Лобачевского, 2022, электронный ресурс	1

6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

Э1	Бизнес-инкубатор
6.3.1 Перечень программного обеспечения	
6.3.1.1	Пакет прикладных программ Microsoft Office, операционная система Microsoft Windows.
6.3.2 Перечень информационных справочных систем	
6.3.2.1	Информационно-правовой портал Гарант.ру - http://garant.ru/ , Справочно-правовая система «Консультант плюс» - http://consultant.ru/ .

7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

7.1	Материально-техническое обеспечение определяется учреждением, на базе которого проводится учебная практика.
7.2	Если учебно-ознакомительная практика проходит на базе БУ ВО «Сургутский государственный университет» кафедра Психологии:
7.3	Методический кабинет № 316 с раздаточными материалами (комплексные методики, методички и т.п.);
7.4	Комплекс статистических пакетов для обработки данных. Компьютерный класс.