

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ
ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«СЕВАСТОПОЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

«СОГЛАСОВАНО»

«УТВЕРЖДАЮ»

Заведующий кафедрой
«Социально-философские
и политические науки »

 Е.Н.Максимова

«18» февр. 2026 г.

Директор Института
общественных наук и
международных отношений

 Д.Б. Татарков

«18» февр. 2026 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРАКТИКИ

Учебная практика

(вид практики)

Б2.О.01(У) Профессионально-ознакомительная практика

(тип практики)

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

(код и специальность)

PR и стратегические коммуникации

(наименование специализации)

бакалавриат

(уровень высшего образования)

очная, 2026 год набора

(форма обучения)

Севастополь
2026

Рабочая программа практики (тип: профессионально-ознакомительная практика) составлена на основе федерального государственного образовательного стандарта высшего образования — бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 8 июня 2017 г. № 512, отвечает требованиям профессиональных стандартов, соответствующих профессиональной деятельности выпускников, и требованиям к выпускникам на рынке труда.

Рабочая программа практики (тип: профессионально-ознакомительная практика) рассмотрена и одобрена на заседании кафедры «Социально-философские и политические науки» от «30» января 2026 г., протокол №6.

Руководитель образовательной программы



Е.Ю. Шавардова

Рабочая программа практики составлена:

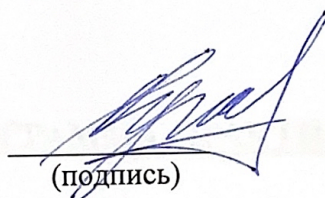
доцентом кафедры

«Социально-философские и политические науки»



Е.Ю. Шавардова

Рецензент: Генеральный директор
брендингового агентства полного цикла
Saulova Branding г.Симферополь


(подпись)

Саулова В.В.

1. Цели практики

Цель учебной практики (тип: профессионально-ознакомительная практика) – воспитание профессионального самосознания, субъектной позиции обучающегося по отношению к собственному профессиональному развитию, что повлечет осознанное и углубленное изучение профессиональных дисциплин, закрепление теоретических знаний, формирование первичных профессиональных навыков по выбранному направлению.

2. Задачи практики

Задачи учебной практики:

- закрепление уже полученных в процессе обучения теоретических и практических знаний и умений по основной образовательной программе PR и стратегические коммуникации;
- анализ нормативно-правовых документов, регламентирующих сферу профессиональной деятельности;
- анализ рекламной деятельности предприятия/отдела, применение аналитических данных для подготовки эффективных решений;
- изучение технологического процесса производства рекламного продукта в данном предприятии/отделе, а также участие в процессе производства рекламного продукт;
- поиск и отбор организаций: а) осуществляющих разработку и размещение рекламных материалов, необходимых для продвижения продукции СМИ; б) осуществляющих маркетинговые исследования, проводящих социологические опросы, предоставление информации и оказание иных услуг, необходимых для анализа ситуации на рынке продукции СМИ.

3. Место практики в структуре ООП

Учебная практика реализуется в обязательной части ООП.

Учебная практика базируется, прежде всего, на изучении дисциплин направления подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (профиль: "PR и стратегические коммуникации"): «Технологии создания медиатекста»; «Правоведение»; «Новые медиа»; «Основы лингвистического анализа медиатекста»; «Цифровая культура и медиабезопасность»; «Основы проектной деятельности (МООК)».

В период прохождения учебной практики обучающиеся должны закрепить теоретический материал познакомиться с организационной и производственной структурой редакции СМИ, PR-агентства (предприятия/организации/отдела), выяснить специфику организации работы рекламного отдела, сформировать представление о корпоративных информационных системах и базах данных; поучаствовать в процессе создания и продвижения рекламного продукта.

4. Тип практики, способ и форма ее проведения

Тип учебной практики: *профессионально-ознакомительная практика*. Проводится в 4 семестре. Объем 3 зачетных единицы (2 недели).

Учебная практика проводится путем выделения в календарном учебном графике периода учебного времени для проведения практики.

Способы проведения практики: стационарная; выездная.

Форма проведения – концентрированная.

Преимущественно учебная практика предполагает деятельность в медиа структурах, средствах массовой информации, PR-агентствах, рекламных отделах

В ряде случаев учебная практика может проводиться в рамках проектной деятельности кафедры «Социально-философские и политические науки» и «Медиацентра» Института общественных наук и международных отношений. Учебная практика может проводиться также в структурном подразделении Университета – Управлении информационной политики, маркетинга и PR.

Контактная работа по практике включает в себя установочную и заключительную конференции, промежуточную аттестацию по практике.

5. Планируемые результаты обучения при прохождении практики, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Учебная практика (далее – практика) направлена на формирование у обучающихся следующих компетенций: УК-3; ПК-1; ПК-4

Код и содержание компетенций	Планируемые результаты обучения (индикаторы компетенций)
УК-3. Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	Знать: правила многоуровневого согласования взаимодействия в системе индивид-коллектив-общество, современные тенденции формирования общественных запросов Уметь: согласовывать свой потенциал с возможностями команды и реализовывать взятые на себя обязательства Владеть: навыками участия в социальных проектах и командной работы.
ПК-1. Поиск статистической и аналитической информации, характеризующей ситуацию на рынке продукции СМИ; анализ на основании имеющихся данных ситуации на рынке продукции СМИ	Знать: технологии поиска статистической и аналитической информации, характеризующей ситуацию на рынке продукции СМИ; эффективные методы поиска информации и ее защиты. Уметь: осуществлять поиск необходимой информации; профессионально сотрудничать со специалистами в области информационных технологий. Трудовые действия: анализ на основании имеющихся данных ситуации на рынке продукции СМИ.
ПК-4. Определение целевой аудитории потребителей продукции СМИ	Знать: методику сбора и анализа информации о предпочтениях и поведении целевой аудитории; Уметь: выявлять факторы, определяющие потребительский спрос на продукцию СМИ; Трудовые действия: находить и анализировать необходимую информацию; применять количественные и качественные методы анализа для определения целевой аудитории потребителей продукции СМИ; в том числе собирать и анализировать информацию о предпочтениях и поведении целевой аудитории

6. Структура и содержание практики

6.1. Структура практики

Тип учебной практики: профессионально-ознакомительная практика. Проводится в 4 семестре. Объем 3 зачетных единиц (2 недели). Форма промежуточной аттестации – «зачет с оценкой» (в 4 семестре).

№ п/п	Разделы (этапы) практики	Виды работ на практике, включая самостоятельную работу обучающихся и трудоемкость (в часах)	Формы текущего контроля
1	Организационный	Участие в установочной конференции по практике Прохождение вводного инструктажа (4 часа)	Ведомость по технике безопасности
2	Практический	Подготовка и оформление организационных документов по практике. Знакомство и собеседование с представителями организации. Выполнение индивидуальных заданий. Сбор, обработка и систематизация необходимого для отчета информации - консультации с руководителем практики в вузе (90 часов)	Дневник практики. Отчет о практике.
3	Отчетный	Оформление отчета о прохождении практики (14 часов)	Защита отчета о практике. Выступление на итоговой конференции по практике

6.2. Содержание практики

Учебная практика направлена на закрепление знаний по дисциплинам общепрофессиональной подготовки бакалавра в области рекламы и связей с общественностью; формирование навыков использования научного и методического аппарата общепрофессиональных дисциплин, полученного при теоретическом обучении, для решения комплексных задач по поиску и отбору организаций, осуществляющих разработку и размещение рекламных материалов, необходимых для продвижения продукции СМИ, продвижение интернет-сайта продукции СМИ в поисковых системах; разрабатывать, обосновывать, а также просчитывать экономическую составляющую медиаплана.

Организационный этап: участие обучающихся в установочной конференции по практике, ознакомление обучающихся с программой прохождения практики, целями и задачами практики, условиями ее прохождения и предъявляемыми требованиями к отчетности по итогам практики; инструктаж по охране труда и технике безопасности;

ознакомление с деятельностью и работниками организации; получение индивидуального задания.

Практический этап:

осуществление консультаций с руководителем практики по индивидуальным заданиям;

анализ внешней и внутренней среды предприятия, выявление ее ключевых элементов и оценка их влияния на рекламную и PR деятельность; изучение и анализ организационной структуры предприятия, разработка предложения по ее совершенствованию для повышения эффективности организации рекламного процесса;

проведение рыночного наблюдения, опросов, анкетирования, эксперимента с целью улучшения имиджа и конкурентной позиции фирмы, организации, товаров и услуг; сбор, обработка и анализ полученных данных;

подготовка, организация и проведение анкетирования и опросов мнения потребителей и общественного мнения; обработка и подготовка данных для анализа; сбор и систематизация научно-практической информации по теме исследований в области рекламы и связей с общественностью.

Отчетный этап: систематизация и оформление подготовленных материалов; представление выполненного проекта, объединяющего знания по прослушанным дисциплинам в области медиакоммуникаций, социологии, анализа медиа и цифрового пространства, выполненных с помощью современных исследовательских и коммуникативных методик; подготовка отчета о практике; участие в итоговой конференции по практике.

Ежедневный регламент работы обучающегося во время прохождения практики включает в себя не менее 4-х часов работы в организации, а также время, необходимое для сбора и обработки материалов, занятий в библиотеке, консультаций на кафедре и т.д.

В ходе практики обучающемуся необходимо:

- своевременно прибыть в организацию, на базе которой проводится практика;
- выполнить индивидуальное задание, предусмотренное в дневнике практики;
- соблюдать действующие в организации правила внутреннего трудового распорядка;
- соблюдать требования охраны труда, пожарной безопасности и производственной санитарии;
- вести дневник практики, в котором в соответствии с индивидуальным заданием прохождения практики необходимо фиксировать рабочие задания и основные результаты выполненных работ;
- в случае возникновения каких-либо препятствий или осложнений для нормального прохождения практики своевременно оповестить об этом руководителя практики или заведующего кафедрой;
- получить отзыв (характеристику) от руководителя практики от профильной организации;
- собрать информацию, провести ее анализ и представить в отчете.

7. Формы отчетности по практике

Документом, подтверждающим прохождение практики обучающимся, является заполненный дневник практики, заверенный подписью руководителя практики от профильной организации и печатью.

Дневник практики содержит: отметки о проведении инструктажа; рабочий график (план) проведения практики; индивидуальное задание; рабочие записи во время практики; отзыв (характеристику); сведения об уровне освоения обучающимся компетенций.

Дневник практики обучающийся сдает руководителю практики от Университета.

Документом о результатах прохождения практики обучающимся является отчет, содержащий результаты выполнения индивидуального задания. Для оформления отчета обучающемуся выделяется в конце практики 3-5 дней. Отчет по практике предоставляется обучающимся руководителю практики от Университета в последний день практики.

Результаты прохождения учебной практики оцениваются посредством проведения итоговой конференции по практике – публичной защиты отчета о прохождении практики. Итоговая аттестация по учебной практике предусмотрена учебным планом в 2 и 4 семестрах в форме зачета.

Требования к отчету:

- титульный лист должен быть оформлен в соответствии с требованиями локального нормативного акта Университета – Положения о практике обучающихся, осваивающих образовательные программы высшего образования;
- текст отчета должен быть структурирован, названия разделов и подразделов должны иметь нумерацию с указанием страниц, с которых они начинаются.
- нумерация страниц, таблиц и приложений должна быть сквозной.

Структурными элементами отчета о практике являются:

Титульный лист;

Индивидуальное задание на практику;

Содержание;

Введение;

Основная часть;

Заключение;

Список литературы;

Приложения.

Требования к оформлению отчета о практике

1. Оформление отчета о практике должно соответствовать требованиям к текстовым учебным документам соответствующих ГОСТов.

2. Текстовая часть отчета о практике выполняется с использованием печатающих и графических устройств на одной стороне листа белой бумаги формата А4 с параметрами: междустрочный интервал – 1,5; кегль – 14; шрифт – TimesNewRoman, обычный; цвет шрифта – черный; поля:

верхнее – 20 мм;	левое – 30 мм;
нижнее – 20 мм;	правое – 15 мм.

3. Иллюстрационно-графический материал может включать: плакаты, диаграммы, макеты, фотографии, аудио- и видеоматериалы, натурные образцы и др.

Иллюстрационно-графический материал может быть представлен на бумажном, электронном носителе или в ином виде. Возможно представление иллюстрационно-графического материала в виде брошюр.

4. Отчет должен быть переплетен доступным способом.

8. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по практике

8.1. Типовые контрольные задания:

- выполнить индивидуальное задание;
- подготовить доклад для итоговой конференции по практике;
- своевременно представить отчетность по практике, оформленную в соответствии с предъявляемыми требованиями.

8.2. Критерии и шкалы оценивания

При выставлении оценки за практику учитываются следующие факторы:

- 1) достижение основных целей и задач, поставленных перед прохождением практики;
- 2) качество выполнения индивидуального задания практики:
 - творчество;
 - профессиональный анализ.
- 3) качество отчетной документации;
- 4) предоставление и презентация медиапроекта и иных творческих материалов;
- 5) выполнение обязанностей обучающегося в период прохождения практики (на основании характеристики с места практики).

Оценка «отлично» ставится, если: достигнуты все основные цели и задачи, поставленные перед обучающимся в ходе практики; выполнено индивидуальное задание; вовремя предоставлена полная отчетная документация по данному заданию, нет замечаний по ее выполнению; предоставлены аналитические и (или) творческие материалы; руководитель практики от профильной организации оценил практическую деятельность обучающегося на «отлично»; обучающийся защитил отчет о практике на «отлично».

Оценка «хорошо» ставится, если: достигнуты основные цели и задачи, поставленные перед обучающимся в ходе практики; выполнено индивидуальное задание, но имеются небольшие недоработки и замечания по его выполнению; не вовремя предоставлена отчетная документация по данному заданию, есть замечания по ее выполнению; предоставлены аналитические и (или) творческие материалы; руководитель практики от организации оценил практическую деятельность обучающегося на «хорошо»; обучающийся защитил отчет о практике на «хорошо».

Оценка «удовлетворительно» ставится, если: обучающийся не вовремя вышел на практику при отсутствии уважительных причин; достигнуты не все основные цели и задачи, поставленные перед обучающимся в ходе практики; частично (не менее 70 %) выполнено индивидуальное задание, имеются значительные недоработки и замечания по его выполнению; не вовремя предоставлена отчетная документация по данному заданию, есть значительные недоработки и замечания по ее выполнению; аналитические и (или) творческие материалы представлены не в полном объеме, не все из них высокого качества; руководитель практики от профильной организации оценил практическую деятельность обучающегося на «удовлетворительно»; обучающийся защитил отчет о практике на «удовлетворительно».

Оценка «неудовлетворительно» ставится, если: обучающийся не вовремя вышел на практику или не выходил на практику вообще при отсутствии уважительных причин; достигнуты не все цели и задачи, поставленные перед обучающимся в ходе практики; частично (менее 70 %) выполнено индивидуальное задание, имеются значительные недоработки и замечания по его выполнению; не предоставлена отчетная документация по данному заданию; аналитические и (или) творческие материалы не представлены; руководитель практики от профильной организации оценил практическую деятельность обучающегося на «неудовлетворительно»; обучающийся защитил отчет о практике на «неудовлетворительно».

8.3. Критерии и шкала оценивания выступления обучающегося на итоговой конференции

В работе на итоговой конференции оценивается качество представленного доклада: полнота изложения, наличие анализа, использование фактических данных, собранных в ходе практики, понятность, качество речи, взаимодействие с аудиторией и т.д.

Шкала оценивания выступления обучающегося:

«Отлично»: обучающийся представил на конференцию доклад, отражающий специфику прохождения практики в конкретной организации. Доклад соответствует рекомендуемой структуре, содержит не просто описательную информацию, но и анализ проделанной работы, предложения и аргументированную точку зрения обучающегося. Доклад сопровождается наглядными материалами.

«Хорошо»: обучающийся представил на конференцию доклад, отражающий специфику прохождения практики в конкретной организации. Доклад соответствует рекомендуемой структуре, однако приведенная информация носит описательный констатирующий характер. Демонстрационные материалы отсутствуют.

«Удовлетворительно»: обучающийся принимал участие в обсуждении докладов, задавал вопросы, высказывал своё мнение.

«Неудовлетворительно»: обучающийся конференцию не посещал или формально присутствовал, но участия в работе не принимал.

Рекомендуемая структура доклада (2 семестр):

1. Характеристика организации.
2. Краткое описание основных подразделений организации; описание и функции своего структурного подразделения.
3. Виды деятельности, выполняемые за период практики (цели, процедура проведения, анализ успешности).
4. Результаты практики (чему научились, каких знаний не хватало и т.д.), выводы, предложения и рекомендации.

9. Учебно-методическое и информационное обеспечение практики

Для обработки материалов и подготовки отчета о практике, медиапроекта, выпускной квалификационной работы используется материально-техническое оснащение библиотеки Университета и оборудование новой, современной и высокотехнологической лаборатории «Медиакоммуникации» Института общественных наук и международных отношений, которая выступает базой для выполнения научно-исследовательской части выпускной квалификационной работы, осуществления медиаисследований, исследований цифровой среды и медиааналитики, а также для создания медиапроектов.

Для прохождения практики и подготовки полноценного отчета, медиапроекта, выпускной квалификационной работы обучающийся обеспечивается индивидуальным неограниченным доступом к электронной информационно-образовательной среде Университета из любой точки, в которой имеется доступ к сети «Интернет», как на территории Университета, так и вне ее.

В образовательном процессе используются электронно-библиотечные системы: ООО «Издательство «Лань» (e.lanbook.com); ООО «ЗНАНИУМ» (Znanium.com); ООО «Электронное издательство ЮРАЙТ» (biblio-online.ru).

Доступ осуществляется из любой точки сети Интернет после первичной регистрации в библиотеке Университета. Возможна удаленная регистрация в ЭБС по персональному коду, который можно получить в библиотеке Университета.

9.1. Основная литература

1. Шпаковский, В. О. Интернет-журналистика и интернет-реклама : учебное пособие / В. О. Шпаковский, Н. В. Розенберг, Е. С. Егорова. - 2-е изд. - Москва ; Вологда : Инфра-Инженерия, 2025. - 248 с. - ISBN 978-5-9729-2608-4. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2226891> (дата обращения: 20.01.2026). – Режим доступа: по подписке.

2. Тузовский, А. Ф. Проектирование и разработка web-приложений : учебник для вузов / А. Ф. Тузовский. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 219 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-16300-1. — Текст : электронный // Образовательная

платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/561176> (дата обращения: 20.01.2026).

3. Маркова, В. Д. Цифровая экономика : учебник / В.Д. Маркова. — Москва : ИНФРА-М, 2026. — 186 с. — (Высшее образование). — DOI 10.12737/textbook_5a97ed07408159.98683294. - ISBN 978-5-16-019134-8. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2213280> (дата обращения: 20.01.2026). — Режим доступа: по подписке.

4. Кириллова, Н. Б. Медиapolитика государства в условиях социокультурной модернизации : учебное пособие для вузов / Н. Б. Кириллова. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 109 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08477-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/533064> (дата обращения: 20.01.2026).

5. Романова, М. В. Управление проектами : учебное пособие / М. В. Романова. — Москва : ФОРУМ : ИНФРА-М, 2022. — 256 с. : ил. — (Высшее образование). - ISBN 978-5-8199-0308-7. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/1860010> (дата обращения: 20.01.2026). — Режим доступа: по подписке.

6. Касьянов, В. В. Социология Интернета : учебник для вузов / В. В. Касьянов, В. Н. Нечипуренко. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 459 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-16959-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/539466> (дата обращения: 20.01.2026).

7. Медиа. Введение: Учебник для студентов вузов, обучающихся по гуманитарно-социальным специальностям (020000) и специальностям «Связи с общественностью» (350400) и «Реклама» (350700) / Под ред. А. Бриггза, П. Кобли ; Пер. с англ. [Ю.В. Никуличева]. — 2-е изд. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 550 с. — (Серия «Зарубежный учебник») - ISBN 978-5-238-00960-7. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1028522> (дата обращения: 20.01.2026). — Режим доступа: по подписке.

8. Социология вещей: Сборник статей / Под ред. Вахштайн В. - М.:ИД Тер. будущего, 2006. - 392 с.: 70х100 1/16. - (Университетская библиотека Александра Погорельского) ISBN 5-91129-025-1 - <http://znanium.com/catalog/product/136372>.

9. Много цифр. Анализ больших данных при помощи Excel / Форман Д.; Пер. с англ. Соколовой А. - М.:Альпина Пабли., 2016. - 461 с.: 84х108 1/16 (Обложка) ISBN 978-5-9614-5032-3 — <http://znanium.com/catalog/product/551044>.

10. Цифровые методы обработки информации/БорисоваИ.В. - Новосиб.: НГТУ, 2014. - 139 с.: ISBN 978-5-7782-2448-3 — <http://znanium.com/catalog/product/546207>.

9.2. Дополнительная литература

1. Правовое регулирование рекламной деятельности: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности «Юриспруденция» / Н.Д. Эриашвили [и др.] — М. : ЮНИТИ-ДАНА: Закон и право, 2017. — 240 с. - ISBN 978-5-238-01546-0. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1028543> (дата обращения: 20.01.2026). — Режим доступа: по подписке.

2. Мобильное кино. 100 шагов к созданию фильма: Справочное пособие / Кононова О., Муссель М. - М.:Альпина нон-фикшн, 2018. - 224 с.: 60х90 1/16 (Переплёт) ISBN 978-5-91671-781-5 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/1002632>

3. Шарков, Ф. И. Интегрированные коммуникации: реклама, паблик рилейшнз, брендинг : учебное пособие / Ф. И. Шарков. - 3-е изд., стер. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2022. - 322 с. - ISBN 978-5-394-04536-3. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/2082687> (дата обращения: 20.01.2026). — Режим доступа: по подписке.

4. Романов, А. А. Маркетинговые коммуникации : учебник / А.А. Романов, И.М. Синяева, В.А. Поляков. — Москва : Вузовский учебник : ИНФРА-М, 2022. — 384 с. - ISBN 978-5-9558-0194-0. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/1839949> (дата обращения: 20.01.2026). – Режим доступа: по подписке.

5. Мус, Р. Управление проектом в сфере графического дизайна : практическое пособие / Р. Мус, О. Эррера. - Москва : Альпина Паблишер, 2013. - 220 с. - ISBN 978-5-9614-2246-7. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/1911049> (дата обращения: 20.01.2026). – Режим доступа: по подписке.

6. Ахременко, А. С. Политический анализ и прогнозирование в 2 ч. Часть 1 : учебник и практикум для вузов / А. С. Ахременко. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 180 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-07223-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/583944> (дата обращения: 20.01.2026).

7. Ахременко, А. С. Политический анализ и прогнозирование в 2 ч. Часть 2 : учебник и практикум для вузов / А. С. Ахременко. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 221 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-07227-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/584206> (дата обращения: 20.01.2026).

8. Литвина, Т. В. Дизайн новых медиа : учебник для среднего профессионального образования / Т. В. Литвина. — 3-е изд., испр. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 182 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-20186-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/589901> (дата обращения: 20.01.2026).

9. Козырев, Г. И. Социология общественного мнения : учебное пособие / Г. И. Козырев. — Москва : ФОРУМ : ИНФРА-М, 2022. — 224 с. — (Высшее образование). - ISBN 978-5-8199-0607-1. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/1852243> (дата обращения: 20.01.2026). – Режим доступа: по подписке.

9.3. Периодические издания

1. www.journalist-virt.ru (журнал "Журналист")
2. www.mediareview.by.ru (Интернет-журнал медиакритики и медиаобразования)
3. www.mediascore.ru (МЕДИАСКОП (Электронный научный журнал факультета журналистики МГУ)).

9.4. Интернет-ресурсы

1. www.rsl.ru (Российская государственная библиотека)
2. www.nlr.ru (Российская национальная библиотека).
3. Образовательная и специализированная информация по Медиакоммуникациям: www.poynter.ru (Институт Пойнтера)
4. www.ruj.ru (Союз журналистов России)
5. www.cjes.ru (Центр экстремальной журналистики России)
6. www.gdf.ru (Фонд защиты гласности)
7. www.evartist.narod.ru (библиотека работ по журналистике)
8. www.gipp.ru (Гильдия издателей периодической печати (ГИПП))
9. www.mediasprut.ru (проект "МедиаСпрут")
10. www.pdi.ru (Институт развития прессы (ИРП))
11. Witrina.ru (портал печатных СМИ России)
12. edu.of.ru/mediaeducation/ (Российский общеобразовательный портал)
13. lib.walla.ru (Публичная Электронная Библиотека)

14. www.iqlib.ru (Электронная библиотека IQlib)
15. www.gumer.info (Библиотека ГУМЕР - гуманитарные науки)
16. www.uisrussia.msu.ru «УИС Россия» (коллективная научная информационная база по социальным и гуманитарным исследованиям)
17. www.elibrary.ru «eLibrary.ru: научная электронная библиотека» (крупнейший российский информационный портал в области науки, технологии, медицины и образования)
18. www.rgb.ru «Электронная библиотека диссертаций РГБ» (содержит более 580 000 полных текстов диссертаций и авторефератов)
19. www.knigafund.ru «Книгафонд» (обеспечивает широкий доступ к изданиям, необходимым для образовательного процесса)
20. www.ibooks.ru «Ibooks.ru» (электронная коллекция современных учебников и пособий по основным учебным дисциплинам)
21. www.biblioclub.ru Университетская библиотека OnLine (база данных электронных книг для вузов преимущественно по гуманитарным дисциплинам)
22. www.bibliotech.ru «БиблиоТех» (около 8 000 наименований современной литературы по всем отраслям знаний)
23. www.consulting.ru Консультативный (информационный) сервер www.projectmanagement.ru Официальный сайт компании A-project Technologies, посвященный управлению проектами в России
24. www.cfin.ru Материалы по корпоративному менеджменту
25. www.rian.ru Официальный сайт «РИА Новости»
26. www.cir.ru Университетская информационная система Россия
27. www.interfax.ru Официальный сайт информационного агентства «Интерфакс»

9.5. Информационные технологии

Учебная практика требует применения традиционных для любой творческой работы технологий (анализ данных, контент-анализ и др.), а также специфических для медиатехнологий – применение социологических методов качественных исследований медиа и цифровой среды.

10. Материально-техническое обеспечение практики

При прохождении практики в профильных организациях, материально-техническое обеспечение предоставляется этими организациями самостоятельно.

Для проведения практики на базе кафедры «Социально-философские и политические науки» и «Медиацентра» Института общественных наук и международных отношений, используются специальные помещения лаборатории «Медиакоммуникации», включающие монтажную мастерскую и студию с режиссерским местом, оборудованные всей необходимой техникой и программным обеспечением для создания медиапроектов.

Перечень лицензионного программного обеспечения:

1. Пакет Desktop Education ALNG LicSAPk OLVS E 1Y AcademicEdition Enterprise – включает в себя операционную систему линейки Windows и офисный пакет семейства MS Office
2. Антивирусное программное обеспечение Kaspersky Endpoint Security для бизнеса – Стандартный Russian Edition.
3. Пакет Creative Cloud for teams – All Apps ALL Multiple Platforms Multi Europe-an Languages Team LicSub Education Device license Renewal – включает в себя Photoshop CC, Illustrator CC, Lightroom CC и другое программное обеспечение.