

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ФГБОУ ВО «Удмуртский государственный университет»

Институт социальных коммуникаций

Кафедра истории, теории и практики социальных коммуникаций



ПРОГРАММА ПРАКТИКИ

Научно-исследовательская работа

Направление подготовки 42.04.05 «Медиакоммуникации»

Направленность подготовки 42.04.03.01 «Медиакоммуникации в рекламе и связях с общественностью»

Квалификация выпускника магистр

Курс 1-2, семестр 2,4

Формы обучения очная

Сроки проведения практики:

1 курс, 2 семестр от «28» июня 2021 г.

по «25» июля 2021 г.


2 курс, 3 семестр от «30» декабря 2021 г.


по «28» января 2022 г.

Разработчик(и) рабочей программы дисциплины(модуля)

ФИО	Ученая степень, звание, должность	Контактная информация (служебные E-mail и телефон)
Орлова Л.М.	Кандидат филологических наук, доцент, доцент	916-033 orlovalm@mail.ru

Первый уровень (оценка качества содержания программы, соответствие целям и задачам ОПОП ВО)	
Руководитель ОПОП ВО	Подпись руководителя ОПОП ВО
д.ф.н., профессор кафедры истории, теории и практики социальных коммуникаций Латыпов И.А.	
Выписка из решения Рабочая программа соответствует целям и задачам ОПОП ВО	

Экспертиза рабочей программы Второй уровень (оценка качества содержания программы и применяемых педагогических технологий)		
Наименование кафедры	№ протокола, дата	Подпись зав. кафедрой
Кафедра истории, теории и практики социальных коммуникаций	Протокол № 5 от 26 декабря 2019 г.	Даньшина С.А. 
Выписка из решения Рабочая программа соответствует предъявляемым требованиям		

Третий уровень (соответствие целям подготовки и учебному плану образовательной программы)		
Методическая комиссия Института социальных коммуникаций	№ протокола, дата	Подпись председателя МК
	Протокол № 3 от 24 января 2020 г.	Никитина О.Н. 
Выписка из решения Рабочая программа соответствует целям подготовки и учебному плану ОП		

СОДЕРЖАНИЕ

	Стр
	.
1. Указание вида практики, способа и формы (форм) ее проведения	4
2. Перечень планируемых результатов обучения при прохождении практики, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы.	4
3. Указание места практики в структуре образовательной программы	5
4. Указание объема практики в зачетных единицах и ее продолжительности в неделях (либо в астрономических часах)	5
5. Содержание практики	5
6. Указание форм отчетности по практике	7
7. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по практике	7
8. Учебно-методическая литература и ресурсы сети Интернет, необходимых для проведения практики	8
9. Перечень информационных технологий, используемых при проведении практики, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)	10
10. Описание материально-технической базы, необходимой для проведения практики	10
Приложение 1 Фонд оценочных средств	

Программа практики составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 42.04.05.01 «*Медиакоммуникации*», утвержденного Приказом Минобрнауки РФ от от «8» июня 2017 г. № 531 с учетом рекомендаций ПрОП ВО.

1. Указание вида практики, способа и формы (форм) ее проведения.

Вид практики: научно-исследовательская работа

Способ проведения практики: стационарная, выездная

Форма (формы) проведения: дискретная

2. Перечень планируемых результатов обучения при прохождении практики, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы.

Соотнесение планируемых результатов обучения при прохождении практики с планируемыми результатами освоения образовательной программы (компетенции из учебного плана) представлено в таблице 1.

Таблица 1

Планируемые результаты освоения ОП (компетенции)		Планируемые результаты обучения при прохождении практики		
Код	Содержание компетенции	Знания	Умения	Навыки, опыт деятельности (для производственной практики)
ОПК-1	способен планировать, организовывать и координировать процесс создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, отслеживать и учитывать изменение норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем	принципы функционирования поля журналистики	создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты	навыками критического анализа процесса массовой коммуникации, методами научного анализа медиакоммуникаций
ОПК-2	способен анализировать основные тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	системы общественных и государственных институтов, механизмов их функционирования	анализировать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании научных и профессиональных текстов	применения накопленных теоретических знаний при организации научно-исследовательской работы
ОПК-3	способен анализировать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	демонстрирует кругозор в сфере отечественного и мирового культурного процесса	применять знание о специфике медиатекста и продуктов культуры в собственных научных исследованиях и в практической деятельности	применения накопленных теоретических знаний при организации научно-исследовательской работы
ОПК-4	способен анализировать потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и	потребностей общества и интересов аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса	использовать основные инструменты поиска информации о	применения накопленных теоретических знаний при организации

	удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты	на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты	текущих запросах потребностях целевой аудитории	научно-исследовательской работы
ОПК-5	способен для принятия профессиональных решений анализировать актуальные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	современной медиакоммуникационной системы	анализировать тенденции развития медиакоммуникационных систем	применения накопленных теоретических знаний при организации научно-исследовательской работы
ПК-2	способен разрабатывать научный инструментарий исследования (выборка, вопросники, гайды)	основных методов исследований	разрабатывать научный инструментарий	организации исследовательской деятельности

3. Указание места практики в структуре образовательной программы:

Дисциплины, на освоении знаний которых базируется практика:

После 1 курса: Теория и история медиакоммуникаций; Инновации в медиакоммуникациях, Методология научных исследований в профессиональной сфере, Медиарынок: состояние и перспективы развития, Современный медиатекст

После 2 курса: Проектно-исследовательский семинар по проблемам медиакоммуникаций и др.

Логические и содержательно-методические взаимосвязи практики со следующими частями ОП: данный вид практики готовит студентов, в том числе, к прохождению преддипломной практики и написанию выпускной квалификационной работы.

4. Указание объема практики в зачетных единицах и ее продолжительности в неделях (либо в астрономических часах).

Общий объем практики составляет 12 зачетных единиц (432 академических часа): 6 зачетных единиц на 1 курсе, 216 академических часов; 6 зачетных единиц на 2 курсе, 216 академических часов.

В том числе:

1. Объем контактной работы с руководителем практики от кафедры составляет 8 часов (4 часа на 1 курсе, 4 часа на 2 курсе).

2. Объем иных форм работы (по видам профессиональной деятельности при выполнении заданий по практике, в том числе работа с руководителем практики от профильной организации) составляет 424 академических часа.

Продолжительность практики: всего 4 недели на 1 курсе; 4 недели на 2 курсе.

5. Содержание практики:

Цель практики: получение опыта исследовательской работы, направленной на развитие у магистрантов способности к самостоятельным теоретическим и практическим суждениям и выводам, умений объективной оценки научной информации, свободы научного поиска и стремления к применению научных знаний в образовательной деятельности.

Задачи практики:

- углубление и закрепление теоретических знаний, полученных в ходе изучения дисциплин базовой и вариативной части;
- формирование компетенций самостоятельной работы по сбору и обработке научной и статистической информации, организации и проведения научных исследований;

- формирование навыков составления научного аппарата исследования; умений составлять грамотные и качественные научные отчеты и рекомендации, представлять результаты исследований;
- формирование способностей к самостоятельному освоению новых методов исследования, изменению научного и научно-производственного профиля своей деятельности, а также способность рефлексировать (оценивать и перерабатывать) освоенные научные методы и способы деятельности;
- совершенствование знаний и умений, необходимых при подготовке научно-исследовательских работ, в т.ч. выпускной квалификационной работы (магистерской диссертации).

База проведения практики: ФГБОУ ВО «Удмуртский государственный университет» (Учебно-научная библиотека. Медиациентр ИСК и др.).

Выбор базы практики определяется направлениями научной деятельности кафедры истории, теории и практики социальных коммуникаций Института социальных коммуникаций и руководителей магистрантов; научными интересами магистрантов.

Общие задания по практике (виды работ, выполняемые в ходе практики):

1 курс, 2 семестр

- ознакомление с тематикой научно-исследовательских работ в данной сфере;
- составление плана научно-исследовательской работы на 2 курс;
- написание введения ВКР;
- изучение способов работы с электронным каталогом;
- анализ источников, изучение и систематизация периодической литературы по теме исследования;
- усвоение правил и требований к оформлению текста научного исследования; списка источников и литературы;
- подготовка письменного отчета по проделанной научно-исследовательской работе практики;
- публичное выступление с анализом изучаемой темы исследования.

2 курс, 3 семестр

- разработка структуры магистерской диссертации;
- подробный обзор литературы по теме диссертационного исследования, который основывается на актуальных научно-исследовательских публикациях и содержит анализ основных результатов и положений, полученных ведущими специалистами в области проводимого исследования, оценку их применимости в рамках диссертационного исследования, а также предполагаемый личный вклад автора в разработку темы;
- организация и проведение научно-исследовательской работы по проблеме, сбор эмпирических данных и их интерпретация;
- написание реферата/научной статьи по избранной теме;
- выступление на научной конференции по проблеме исследования/ на научном семинаре кафедры;
- сбор и анализ материалов по теме исследования; организация и проведение научно-исследовательской работы по проблеме, сбор эмпирических данных и их интерпретация;
- написание первоначального текста магистерской диссертации;
- подготовка письменного отчета по проделанной научно-исследовательской работе практики;
- публичное выступление с анализом изучаемой темы исследования.

Этапы прохождения практики:

1.Подготовительный этап

1. Изучение и освоение магистрами основных базовых курсов цикла дисциплин в соответствии с учебным планом ФГОС ВО по направлению подготовки 42.04.05.«Медиакоммуникации».

2. Проведение организационного собрания. Студенты знакомятся с основными целями и задачами практики, проходят инструктаж по технике безопасности.
3. Выбор учреждений для прохождения практики в соответствии с целями и задачами практики.
4. Заключение договора о прохождении практики (в случае, если организации/предприятия нет в действующем перечне базы практик).

2. Ознакомительный этап

Знакомство студента с учреждением – базой практики, ведение дневника практики, в котором отражается план работы магистранта на практику, все виды деятельности, выполняемые магистрантом.

3. Основной этап прохождения практики:

1. Выполнение основных заданий практики.
2. Проведение консультации с руководителем практики.

4. Заключительный этап

1. Оформление магистрантом необходимой документации по практике (индивидуальная книжка по практике (дневник), отчет о выполненных заданиях).
2. Предоставление всей документации руководителю по практике на проверку.
3. Проведение заключительной конференции по итогам работы практикантов: обмен впечатлениями, мнениями, оценками; высказывание замечаний, пожеланий. Выступление практикантов с докладами по результатам практики. Оценка деятельности студентов со стороны руководителя практикой базового предприятия и ФГБОУ ВО «УдГУ».

6. Указание форм отчетности по практике:

По окончании практики студент составляет отчет о выполнении заданий в соответствии с программой практики. Задание практиканта определяется в соответствии с содержанием практики и спецификой учебно-производственной базы. Индивидуальное задание может предлагаться студентом самостоятельно, но при условии согласования с групповым руководителем практики.

Для оформления отчёта студенту выделяется в конце практики не менее 3-х дней. Сдача дневника происходит не позднее, чем через 2 недели после окончания практики. Руководитель проверяет и рецензирует законченный дневник.

Оценка по практике объявляется на итоговом собрании по практике, которое проводится руководителем. Нарушение сроков сдачи дневника без уважительной причины ведет автоматически к снижению отметки.

Итоги практики обсуждаются на итоговых конференциях кафедры. Форма отчетности практиканта – письменный отчет о прохождении практики. Оценка по практике учитывается при подведении итогов общей успеваемости практиканта, при рассмотрении вопроса о назначении стипендии. Если оценка (зачёт) по практике проставляется после издания приказа о назначении стипендии, то оценка за практику относится к результатам следующей сессии.

Практиканты, не прошедшие практику по уважительной причине, проходят ее по индивидуальному графику. Студенты, не прошедшие практику по неуважительной причине или получившие отметку «неудовлетворительно», считаются имеющими академическую задолженность.

7. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по практике:

Средства оценки сформированности компетенций:

- индивидуальная книжка по практике;
- отчет по выполненным заданиям;
- отзыв руководителя от кафедры.

Виды заданий и работ для оценки уровня компетенций (1 курс)

- письменный анализ источников, который необходим для написания введения исследовательской работы;
- публичное выступление с анализом изучаемой темы исследования;
- аналитическая справка о проделанной научно-исследовательской работе практики.

Виды заданий и работ для оценки уровня компетенций (2 курс, 3 семестр)

- написание введение ВКР;
- письменный анализ источников, который необходим для написания введения исследовательской работы;
- совместная публикация с научным руководителем;
- написание теоретической главы магистерской диссертации;
- аналитическая справка о проделанной научно-исследовательской работе практики.
- публичное выступление с анализом изучаемой темы исследования;

Подробное содержание ФОС представлено в приложении 1 к программе практики.

8. Учебно-методическая литература и ресурсы сети Интернет, необходимых для проведения практики:

а) источники и учебно-методическая литература

1. Методические указания по написанию контрольных, курсовых и выпускных квалификационных работ для студентов Института социальных коммуникаций / М-во образования и науки РФ, ФГБОУ ВО "Удмуртский государственный университет", Ин-т соц. коммуникаций ; сост.: Е. М. Берестова, С. А. Даньшина, А. В. Ерохин [и др.]. - 5-е изд., перераб. и доп. - Ижевск : Удмуртский университет, 2017. - 46, [1] с. ; 60x84/16.
2. ПОЛОЖЕНИЕ о практике обучающихся, осваивающих образовательные программы высшего образования в ФГБОУ ВО «Удмуртский государственный университет». Утверждено решением ФГБОУ ВО «УдГУ» (протокол № 5 от 31.05.2016 г.). – Ижевск, 2016
3. Федеральный закон РФ «О рекламе».
4. Федеральный закон РФ «О СМИ».

б) основная литература:

Медиапланирование, журналистика, медиакоммуникации

1. Блинова, М. В. Энциклопедия мировой индустрии СМИ / М. В. Блинова. - Москва : Аспект Пресс, 2013. - Книга находится в Премиум-версии ЭБС IPRbooks. - Рус яз. - ISBN 978-5-7567-0683-3.
2. Вартанова, Е. Л. Основы медиабизнеса / Е. Л. Вартанова. – Москва : Аспект Пресс, 2014. – Книга находится в Премиум-версии ЭБС IPRbooks. – Рус яз. – ISBN 978-5-7567-0724-3.
3. Ворошилов, В.В. Современная пресс-служба / В.В. Ворошилов. - СПб. : Изд-во С.-Петербург. гос. ун-т, 2005. - 254 с. ; 70x100/16. - (Библиотека специалиста по связям с общественностью). - Библиогр.: с. 234-241. - ISBN 5-8016-0261-5.
4. Головлева, Е. Л. Массовые коммуникации и медиапланирование / Е. Л. Головлева. – Москва : Академический Проект, 2016. – Книга находится в Премиум-версии ЭБС IPRbooks. – Рус яз. – ISBN 978-5-8291-2508-0.
5. Дзялошинский, И. М. Современное медиапространство в России : учеб. пособие для вузов, обучающихся по направлению подгот. ВПО 030600 «Журналистика» и спец. 030601 «Журналистика» для ГОС-2 и направлению подготовки ВО 42.03.02 и 42.04.02 «Журналистика» для ФГОС / И. М. Дзялошинский. – Москва : Аспект Пресс, 2017. – 309, [1] с. : ил. ; 60x90/16. – Библиогр. В примеч. В конце гл. – ISBN 978-5-7567-0890-5.
6. Кульчицкая, Д. Ю. Лонгриды в онлайн-СМИ. Особенности и технологии создания : учеб. пособие / Д. Ю. Кульчицкая, А. А. Галустян. – Москва : Аспект Пресс, 2018. – 78, [1] с. : ил. ; 60x90/16. – Библиогр.: с. 73-74. – ISBN 978-5-7567-0845-5.
7. Медиасистема России : учеб. пособие для вузов, обучающихся по направлению подгот. ВО 42.03.02 и 42.04.02 «Журналистика» для ФГОС / Е. Л. Вартанова, А. В. Вырковский, Т. Э. Гринберг [и др.] ; под ред. Е. Л. Вартановой. – Москва : Аспект Пресс, 2017. – 382, [1] с. : ил. ; 60x90/16. – Библиогр. В конце гл. – Авт. Указаны на обороте тит. Л. – ISBN 978-5-7567-0864-6.
8. Мельникова, Н. А. Медиапланирование. Стратегическое и тактическое планирование рекламных кампаний (2-е издание) / Н. А. Мельникова. – Москва : Дашков и К, Ай Пи Эр

Медиа, 2016. – Книга находится в Премиум-версии ЭБС IPRbooks. – Рус яз. – ISBN 978-5-394-01550-2.

9. Техника и технология медиадизайна : учеб. пособие для вузов, обучающихся по направлению подгот. 42.03.02 «Журналистика (бакалавриат)» : в 2 кн. Кн. 2. Электронные СМИ / Л. А. Браславец, В. А. Вершинин, В. В. Колесникова [и др.] ; под ред. В. В. Тулупова. – Москва : Аспект Пресс, 2018. – 175, [1] с. : ил. ; 70x100/16. – Библиогр.: с. 166-170. – Алф. Указ.: с. 174-176. – ISBN 978-5-7567-0968-1.
10. Универсальная журналистика : учеб. для вузов, обучающихся по направлению подгот. 42.03.02 «Журналистика» (бакалавриат) и 42.04.02 «Журналистика» (магистратура) / Л. И. Белова, М. Н. Булаева, А. В. Драгунов [и др.] ; под ред. Л. П. Шестеркина. – Москва : Аспект Пресс, 2016. – 478, [1] с. : ил., табл. ; 60x90/16. – Библиогр.: с. 455-476. – Авт. Указаны на обороте тит. Л. – ISBN 978-5-7567-0841-7.
11. Шомова, С. А. Мемы как они есть : учеб. пособие / С. А. Шомова. – Москва : Аспект Пресс, 2018. – 135, [1] с. : ил. ; 60x90/16. – ISBN 978-5-7567-0953-7.

Реклама и ПР

12. Борисов Б. Л. Технологии рекламы и PR. М., 2011.
13. Сергеев А. А. Бизнес-планирование / А. А. Сергеев. - М. : Издательство Юрайт, 2018. - 3-е издание. - Режим доступа : <http://www.biblio-online.ru/book/D7466BA3-B2C1-49F1-A271-04022BB90134>. - Рус яз. - ISBN 978-5-534-06299-1.
14. Джоунс Д.С. Рекламный бизнес: деятельность рекламных агентств, создание рекламы, медиапланирование, интегрированные маркетинговые коммуникации/ Д.С. Джоунс; пер. с англ. – М., 2005.
15. Карпова С.В. Рекламное дело. - М.: Юрайт, 2016.
16. Катлип, С. М. Паблик Рилейшенз. Теория и практика : учеб. пособие / С. М. Катлип, А. Х. Сентер, Г. М. Брум ; пер. под ред. Я. В. Заблоцкого. - 8-е изд. - Москва ; Санкт-Петербург ; Киев : Вильямс, 2000. - 624 с. : ил. ; 70x100/16. - Пер. с англ. - Библиогр. в конце ст. - Предм.указ.: с. 609-614. - Рус. яз. - ISBN 5-8459-0107-3 (рус.). - 0-13-025445-2 (англ.).
17. Музыкант В.Л. Основы интегрированных коммуникаций: теория и современные практики. В 2х частях.- М.: Юрайт, 2016.
18. Музыкант В.Л. Реклама и PR-технологии в бизнесе, коммерции, политике: Учебное пособие для вузов/ В.Л. Музыкант. - М, 2002.
19. Поляков В.А., Реклама. М.: Юрайт, 2016.
20. Рекламная коммуникация : учеб. пособие для вузов / В. Л. Полукаров, Е. Л. Головлева, Е. В. Добренькова [и др.], Междунар. ун-т бизнеса и упр. ; под общ. ред. В. Полукарова. - Москва : МУБиУ : Палеотип : Дашков и К, 2002. - 341, [2] с.
21. Романов А.А. Разработка и технологии производства рекламного продукта.- М.: Юрайт, 2016.
22. Синяева И.М., Жильцова О.Н., Жильцов Д.А. Реклама и ПР. –М.: Юрайт, 2016.
23. Теория и практика связей с общественностью: учеб. для вузов по спец. 030602 (350400) "Связи с общественностью" рек. УМО / А. В. Кочеткова, В. Н. Филиппов, Я. Л. Скворцов [и др.]. - 2-е изд. - СПб. : Питер, 2008. - 233 с.
24. Федотова Л.Н. Реклама: теория и практика. - М.: Юрайт, 2016.
25. Щепилова Г.Г., Щепилов К.В. Маркетинговое и правовое обеспечение рекламной деятельности. - М.: Юрайт, 2016.
26. Щепилова Г.Г., Щепилов К.В. Реклама. - М.: Юрайт, 2016.
27. Щепилова, Г. Г. Реклама в СМИ. История, технология, классификация / Г. Г. Щепилова. - Москва : Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, 2010. - Книга находится в Премиум-версии ЭБС IPRbooks. - Рус яз. - ISBN 978-5-211-05799-9.

Электронные книги (ЭБС)

1. Организация и проведение кампаний в связях с общественностью: Учебное пособие Издательство: Новосибирский государственный технический университет Авторы: Сайкин Е.А., Сергеева З.Н. Год издания: 2014 Место издания: Новосибирск Количество страниц: 84 ISBN:978-5-7782-2381-3 <http://www.iprbookshop.ru/44973.html>

2. Чумиков А.Н. Медиарилейшнз [Электронный ресурс]: учебное пособие для студентов вузов/ Чумиков А.Н.— Электрон. текстовые данные.— М.: Аспект Пресс, 2014.— 184 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/21062> .— ЭБС «IPRbooks», по паролю
3. Журналистика для здоровья нации [Электронный ресурс] : медиакоммуникации и человеческое развитие / Т. Алферова [и др.]. — Электрон. текстовые данные. — М. : Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, 2012. — 384 с. — 978-5-211-06486-7. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/54626.html>
4. Калмыков А.А. Интернет-журналистика [Электронный ресурс] : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 021400 «Журналистика» / А.А. Калмыков, Л.А. Коханова. — Электрон. текстовые данные. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2012. — 383 с. — 5-238-00771-X. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/34458.html>
5. Шарков Ф.И. Интегрированные коммуникации. Правовое регулирование в рекламе, связях с общественностью и журналистике [Электронный ресурс] : учебное пособие / Ф.И. Шарков. — Электрон. текстовые данные. — М. : Дашков и К, 2014. — 334 с. — 978-5-394-00783-5. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/5247.html>
6. Баранова Е. А. Конвергентная журналистика. Теория и практика / Е. А. Баранова. - М. : Издательство Юрайт, 2017. - Режим доступа : <http://www.biblio-online.ru/book/3F0952EA-7807-41BD-9919-B840258F171F>. - Рус яз. - ISBN 978-5-9916-3737-4.
7. Купцова Е. В. Бизнес-планирование / Е. В. Купцова. - М. : Издательство Юрайт, 2018. - Режим доступа : <http://www.biblio-online.ru/book/7A2FBB1D-4152-4DC8-8459-CBED02AD6730>. - Рус яз. - ISBN 978-5-9916-8377-7.

в) периодические издания

Журналы:

1. «Индустрия рекламы»
2. «Маркетинговые коммуникации»
3. «Реклама и жизнь»
4. «Рекламные идеи»
5. «Рекламные технологии»
6. «Рекламный журнал»

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

Информационные технологии: подготовка электронных презентаций.

10. Описание материально-технической базы, необходимой для проведения практики:

Место проведения практики: Учебно-научная библиотека УдГУ

Компьютерное оборудование для подготовки электронных презентаций.

Компьютерный класс с выходом в Интернет.

Согласовано с ОМТОС.
