

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Садыкова Алёна Григорьевна

Должность: Директор Высшей школы креативных индустрий

Дата подписания: 27.05.2026 15:05:04

Уникальный программный ключ:

d72783635b7f7c872e79a746e849dcb1abc6ab7a

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное автономное

образовательное учреждение высшего образования

«СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

УТВЕРЖДАЮ

Директор Высшей школы

креативных индустрий

Садыкова Алена Григорьевна

ПРОГРАММА ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

Производственно-проектная практика

Направление подготовки

Направленность (профиль)

Форма обучения

Год начала обучения

Реализуется в 3 семестре

42.04.01 Реклама и связи с общественностью

«PR и реклама в системе новых медиа»

очная

2026 г.

Разработано

Доцент департамента

медиакоммуникаций, канд.

филол. наук

Двоенко Оксана Александровна

Ставрополь, 2026

1. Цели практики

Целями производственно-проектной практики студентов направления подготовки 42.04.01 – Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль): «PR и реклама в системе новых медиа» являются:

- производственно-проектная практика направлена на фактическое ознакомление магистрантов с опытом текущего функционирования организации;
- изучение опыта применения и возможностей расширения использования разных методов и моделей прогнозирования, а также современных информационных технологий для решения разнообразных задач в реальных условиях;
- сбор, обработку, анализ и систематизацию информации для экспериментального апробирования моделей и программного обеспечения.

Производственно-проектная практика студентов направления подготовки 42.04.01 – Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль): «PR и реклама в системе новых медиа» является составной частью учебного процесса подготовки магистров по рекламе и связям с общественностью. Во время практики происходит закрепление и конкретизация результатов теоретического обучения, приобретение студентами умения и навыков практической работы в сфере рекламы и связей с общественностью.

2. Задачи практики

Задачами практики студентов направления подготовки 42.04.01 – Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль): «PR и реклама в системе новых медиа» являются:

- фактическое ознакомление магистрантов с опытом текущего функционирования организации;
- закрепление теоретических знаний и практических навыков, полученных магистрантами в процессе обучения;
- приобретение конкретных знаний по решению организационных задач, соответствующих профилю работы объекта, с использованием средств вычислительной техники и современных информационных технологий.

3. Место практики в структуре образовательной программы высшего образования

Производственно-проектная практика относится к Блоку 2. Практики (часть, формируемая участниками образовательных отношений).

Производственно-проектная практика базируется на освоении дисциплин базовой и вариативной частей ОП магистратуры.

Практика базируется на дисциплине: «Управление коммуникационными проектами».

Результаты прохождения практики должны быть использованы в дальнейшем в: «Защита выпускной квалификационной работы».

Для освоения программы практики обучающиеся должны владеть следующими знаниями и компетенциями: знать базовый материал основных учебных дисциплин, относящихся к области рекламы и связей с общественностью, уметь выбирать и применять адекватные информационные технологии для решения научных задач, владеть навыками практического использования современных технологий рекламы и PR, владеть приемами и навыками научной работы, общепрофессиональными знаниями теории и методов научных и экспериментальных исследований, способность понимать критически, анализировать и излагать информацию необходимую при освоении данной дисциплины.

Производственно-проектная практика является необходимым подготовительным этапом для прохождения производственной практики и написания ВКР. Прохождение

практики является необходимым этапом для допуска обучающегося к государственной итоговой аттестации.

4. Место и время проведения практики

Производственно-проектная практика в рамках образовательной программы по направлению 42.04.01 – «Реклама и связи с общественностью» согласно календарному учебному графику подготовки магистров проводится в течение 3 семестра, всего на данную практику выделяется 432 часа, 12з.е.

Производственно-проектная практика проводится на базе рекламных агентств, рекламных и PR-отделов организаций, СМИ и в структурных подразделениях СКФУ.

5. Перечень планируемых результатов по практике, соотнесённых с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Код, формулировка компетенции	Код, формулировка индикатора	Планируемые результаты, характеризующие этапы формирования компетенций, индикаторов
ПК-1 создает тексты рекламы и связей с общественностью любого уровня сложности с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта	ИД-1 ПК-1. Знает теоретические основы и принципы создания текстов рекламы и связей с общественностью. ИД-2 ПК-1 Способен применять при создании текстов рекламы и связей с общественностью комплекс современных технологических решений, технических средств, приемов и методов онлайн и офлайн коммуникаций. ИД-3 ПК-1 Владеет навыками применения в профессиональной деятельности комплекса современных технологических решений, технических средств, приемов и методов онлайн и офлайн коммуникаций.	создает тексты рекламы и связей с общественностью любого уровня сложности с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта
ПК-2 создает сценарии для специальных событий и мероприятий с учетом специфики коммуникационных задач	ИД-1 ПК-2 Знает теоретические аспекты создания сценариев специальных событий и мероприятий, основные платформы для их создания. ИД-2 ПК-2 Умеет работать с электронными ресурсами при создании проектов.	создает сценарии для специальных событий и мероприятий с учетом специфики коммуникационных задач

	ИД-3 ПК-2 Владеет навыками разработки коммуникационного проекта и методами его оценки.	
ПК-3 формулирует целевой репутационный образ организации/компании/персоны	ИД-1 ПК-3 Знает эффективные способы создания позитивного имиджа организации/компании/персоны. ИД-2 ПК-3 Умеет осуществлять руководство проектной деятельностью по формированию репутационного образа организации/компании/персоны ИД-3 ПК-3 Владеет способностью разрабатывать стратегические концепции по формированию репутационного образа организации/компании/персоны.	формулирует целевой репутационный образ организации/компании/персоны
ПК-4 интегрирует коммуникации для эффективной реализации коммуникационной стратегии	ИД-1 ПК-4 Знает теоретические основания разработки и трансляции коммуникационной стратегии. ИД-2 ПК-4 Способен интегрировать коммуникации для эффективной реализации коммуникационной стратегии. ИД-3 ПК-4 Владеет навыками подбора эффективных коммуникации при реализации коммуникационной стратегии.	интегрирует коммуникации для эффективной реализации коммуникационной стратегии
ПК-5 выполняет функционал руководителя линейного/функционального подразделения отдела по рекламе и связям с общественностью организации или коммуникационного/	ИД-1 ПК-5 Знает принципы организации работы отделов по рекламе и (или) связям с общественностью.. ИД-2 ПК-5 Способен выполнять функции руководителя отдела по рекламе и (или) связям с	выполняет функционал руководителя линейного/функционального подразделения отдела по рекламе и связям с общественностью организации или коммуникационного/

рекламного/ PR-агентства	общественностью коммерческих и некоммерческих организаций. ИД-3 ПК-5 Владеет навыками организации трудового коллектива отдела по рекламе и (или) связям с общественностью по разработке и реализации коммуникационного продукта.	рекламного/ PR-агентства
ПК-6 организует работу по совершенствованию внешних и внутренних коммуникаций и мероприятия по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры	ИД-1 ПК-6 Знает основы и принципы корпоративной идентичности и корпоративной культуры. ИД-2 ПК-6 Умеет организовывать коммуникационные мероприятия для внешних и внутренних аудиторий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры. ИД-3 ПК-6 Владеет навыками разработки коммуникационного проекта по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры.	организовывает работу по совершенствованию внешних и внутренних коммуникаций и мероприятия по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры
ПК-7 контролирует и регулирует ход выполнения проектной работы в сфере рекламы и связей с общественностью	ИД-1 ПК-7 Знает основные принципы организации проекта; контроля за его исполнением. ИД-2 ПК-7 Умеет организовывать реализацию проекта в сфере рекламы и связей с общественностью. ИД-3 ПК-7 Владеет навыками регулирования и контроля проектной работы в сфере рекламы и связей с общественностью	контролирует и регулирует ход выполнения проектной работы в сфере рекламы и связей с общественностью
ПК-8 на основании знания специфики функционирования предприятий современной коммуникационной индустрии выстраивает работу подразделения	ИД-1 ПК-8 Знает коммуникационные функции предприятий. ИД-2 ПК-8 Умеет применять технологии организации коммуникационной работы	на основании знания специфики функционирования предприятий современной коммуникационной индустрии выстраивает работу подразделения

/предприятия, применяет технологии организации коммуникационной работы	на предприятии. ИД-3 ПК-8 Владеет навыками организации коммуникационной работы подразделения /предприятия.	/предприятия, применяет технологии организации коммуникационной работы
ПК-10 применяет методы качественного и количественного анализа информационного поля, методы работы с открытыми данными и большими объемами информации	ИД-1 ПК-10 Знает методологию работы с открытыми данными и большими объемами информации в сфере рекламы и связей с общественностью. ИД-2 ПК-10 Умеет применять методы качественного и количественного анализа в информационном поле сферы рекламы и связей с общественностью. ИД-3 ПК-10 Владеет навыками использования методов работы с информационными потоками в сфере рекламы и связей с общественностью.	применяет методы качественного и количественного анализа информационного поля, методы работы с открытыми данными и большими объемами информации
ПК-11 получает, интерпретирует и представляет результаты исследования. На основе исследования составляет практические рекомендации и прогнозирует тенденции коммуникационной сферы	ИД-1 ПК-11 Знает основные принципы применения теоретических исследований в практической деятельности. ИД-2 ПК-11 Умеет интерпретировать результаты теоретических исследований для практически полезных рекомендаций в сфере рекламы и связей с общественностью. ИД-3 ПК-11. Владеет навыками тенденций развития направления рекламы и связей с общественностью.	получает, интерпретирует и представляет результаты исследования. На основе исследования составляет практические рекомендации и прогнозирует тенденции коммуникационной сферы
ПК-12 использует современные онлайн и офлайн технологии выстраивания коммуникаций с разными стейкхолдерами (органами государственной власти, финансовым сообществом,	ИД-1 ПК-12 Знает принципы построения отношений со стейкхолдерами организации. ИД-2 ПК-12 Способен применять онлайн и офлайн технологии в	использует современные онлайн и офлайн технологии выстраивания коммуникаций с разными стейкхолдерами (органами государственной власти, финансовым сообществом, медиа, локальными

медиа, локальными сообществами, потребителями, общественными организациями)	коммуникационной работе с разными стейкхолдерами (органами государственной власти, финансовым сообществом, медиа, локальными сообществами, потребителями, общественными организациями). ИД-3 ПК-12 Владеет навыками коммуникаций со стейкхолдерами организации	сообществами, потребителями, общественными организациями)
ПК-13 разрабатывает и применяет современные технологии организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми аудиториями	ИД-1 ПК-13 Знает сущность современных технологий организации специальных мероприятий. ИД-2 ПК-13 Умеет организовывать коммуникационные мероприятия для различных целевых аудиторий. ИД-3 ПК-13 Владеет навыками разработки коммуникационного проекта в работе с различными целевыми аудиториями.	разрабатывает и применяет современные технологии организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми аудиториями
ПК-15 использует технические средства и интегрирует современные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта	ИД-1 ПК-15. Знает эффективные принципы интегрирования современных технологий цифровых коммуникаций в работе копирайтера и спичрайтера. ИД-2 ПК-15. Умеет работать с техническими средствами и технологиями приподготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта. ИД-3 ПК-15. Владеет навыками подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта с использованием современных технических	использует технические средства и интегрирует современные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта

	средств и технологий.	
--	-----------------------	--

6. Структура и содержание практики

Общая трудоемкость производственно-проектной практики составляет 12 зачетных единиц, 432 часа.

Разделы (этапы) практики	Реализуемые компетенции / индикаторы	Виды учебной работы на практике, включая самостоятельную работу студентов	Трудоемкость (час.)	Формы текущего контроля
Установочная конференция. Определение цели и задач практики применительно к тематике будущей выпускной квалификационной работы, обозначение основных требований, составление плана прохождения практики вместе с научным руководителем ВКР	ИД-1 ПК-1. ИД-2 ПК-1 ИД-3 ПК-1 ИД-1 ПК-2 ИД-2 ПК-2 ИД-3 ПК-2 ИД-1 ПК-3 ИД-2 ПК-3 ИД-3 ПК-3 ИД-1 ПК-4 ИД-2 ПК-4 ИД-3 ПК-4 ИД-1 ПК-5 ИД-2 ПК-5 ИД-3 ПК-5 ИД-1 ПК-6 ИД-2 ПК-6 ИД-3 ПК-6 ИД-1 ПК-7 ИД-2 ПК-7 ИД-3 ПК-7 ИД-1 ПК-8 ИД-2 ПК-8 ИД-3 ПК-8 ИД-1 ПК-10 ИД-2 ПК-10 ИД-3 ПК-10 ИД-1 ПК-11 ИД-2 ПК-11 ИД-3 ПК-11. ИД-1 ПК-12 ИД-2 ПК-12 ИД-3 ПК-12 ИД-1 ПК-13 ИД-2 ПК-13 ИД-3 ПК-13 ИД-1 ПК-15 ИД-2 ПК-15 ИД-3 ПК-15	Определение методологического аппарата исследования. Изучение отечественного и зарубежного опыта реализации аналогичных (сходных) медиапроектов	11	Проверка задания на практику.
Исследовательский этап. Сбор теоретического материала для написания выпускной квалификационной работы.	ИД-1 ПК-1. ИД-2 ПК-1 ИД-3 ПК-1 ИД-1 ПК-2 ИД-2 ПК-2 ИД-3 ПК-2 ИД-1 ПК-3 ИД-2 ПК-3 ИД-3 ПК-3 ИД-1 ПК-4	Отбор материалов. Анализ проекта, предлагаемого автором; выявление слабых и сильных сторон, соответствия проекта информационной политике отделов рекламы и связей с общественностью.	135	Проверка подготовленных материалов для написания выпускной квалификационной работы.

	ИД-2 ПК-4 ИД-3 ПК-4 ИД-1 ПК-5 ИД-2 ПК-5 ИД-3 ПК-5 ИД-1 ПК-6 ИД-2 ПК-6 ИД-3 ПК-6 ИД-1 ПК-7 ИД-2 ПК-7 ИД-3 ПК-7 ИД-1 ПК-8 ИД-2 ПК-8 ИД-3 ПК-8 ИД-1 ПК-10 ИД-2 ПК-10 ИД-3 ПК-10 ИД-1 ПК-11 ИД-2 ПК-11 ИД-3 ПК-11. ИД-1 ПК-12 ИД-2 ПК-12 ИД-3 ПК-12 ИД-1 ПК-13 ИД-2 ПК-13 ИД-3 ПК-13 ИД-1 ПК-15 ИД-2 ПК-15 ИД-3 ПК-15			
Производственно-технологический этап и авторская деятельность. Сбор дополнительного практического материала для подготовки к написанию выпускной магистерской работы (подготовка, написание и публикация авторских материалов по тематике ВКР)	ИД-1 ПК-1. ИД-2 ПК-1 ИД-3 ПК-1 ИД-1 ПК-2 ИД-2 ПК-2 ИД-3 ПК-2 ИД-1 ПК-3 ИД-2 ПК-3 ИД-3 ПК-3 ИД-1 ПК-4 ИД-2 ПК-4 ИД-3 ПК-4 ИД-1 ПК-5 ИД-2 ПК-5 ИД-3 ПК-5 ИД-1 ПК-6 ИД-2 ПК-6 ИД-3 ПК-6 ИД-1 ПК-7 ИД-2 ПК-7 ИД-3 ПК-7 ИД-1 ПК-8 ИД-2 ПК-8 ИД-3 ПК-8 ИД-1 ПК-10 ИД-2 ПК-10 ИД-3 ПК-10 ИД-1 ПК-11 ИД-2 ПК-11 ИД-3 ПК-11. ИД-1 ПК-12 ИД-2 ПК-12 ИД-3 ПК-12	Проведение исследования. Изучение отечественного и зарубежного опыта реализации аналогичных (сходных) медиапроектов	135	Проверка подготовленных авторских материалов по тематике ВКР

	ИД-1 ПК-13 ИД-2 ПК-13 ИД-3 ПК-13 ИД-1 ПК-15 ИД-2 ПК-15 ИД-3 ПК-15			
Подготовка отчета по практике. Завершающий этап практики – подготовка и сдача отчета научному руководителю . Первая (теоретическая) глава выпускной квалификационной работы; Материалы, собранные и структурированные для написания последующих глав выпускной квалификационной работы, подбор библиографического списка; Предварительные выводы по исследованию	ИД-1 ПК-1. ИД-2 ПК-1 ИД-3 ПК-1 ИД-1 ПК-2 ИД-2 ПК-2 ИД-3 ПК-2 ИД-1 ПК-3 ИД-2 ПК-3 ИД-3 ПК-3 ИД-1 ПК-4 ИД-2 ПК-4 ИД-3 ПК-4 ИД-1 ПК-5 ИД-2 ПК-5 ИД-3 ПК-5 ИД-1 ПК-6 ИД-2 ПК-6 ИД-3 ПК-6 ИД-1 ПК-7 ИД-2 ПК-7 ИД-3 ПК-7 ИД-1 ПК-8 ИД-2 ПК-8 ИД-3 ПК-8 ИД-1 ПК-10 ИД-2 ПК-10 ИД-3 ПК-10 ИД-1 ПК-11 ИД-2 ПК-11 ИД-3 ПК-11. ИД-1 ПК-12 ИД-2 ПК-12 ИД-3 ПК-12 ИД-1 ПК-13 ИД-2 ПК-13 ИД-3 ПК-13 ИД-1 ПК-15 ИД-2 ПК-15 ИД-3 ПК-15	Обработка и обобщение результатов научного исследования. Детализация авторской концепции, разработка поправок и рекомендаций к ней.	135	Защита письменного отчета о прохождении практики. Выступление на конференции с компьютерной презентацией отчета.
Итоговая конференция. Презентация итогов практики возможна на предзащите выпускной магистерской работы.	ИД-1 ПК-1. ИД-2 ПК-1 ИД-3 ПК-1 ИД-1 ПК-2 ИД-2 ПК-2 ИД-3 ПК-2 ИД-1 ПК-3 ИД-2 ПК-3 ИД-3 ПК-3 ИД-1 ПК-4 ИД-2 ПК-4 ИД-3 ПК-4 ИД-1 ПК-5 ИД-2 ПК-5 ИД-3 ПК-5 ИД-1 ПК-6 ИД-2 ПК-6	Отбор материалов. Анализ проекта, предлагаемого автором; выявление слабых и сильных сторон, соответствия проекта информационной политике отделов рекламы и связей с общественностью..	16	Выступление на конференции с компьютерной презентацией отчета.

	ИД-3 ПК-6 ИД-1 ПК-7 ИД-2 ПК-7 ИД-3 ПК-7 ИД-1 ПК-8 ИД-2 ПК-8 ИД-3 ПК-8 ИД-1 ПК-10 ИД-2 ПК-10 ИД-3 ПК-10 ИД-1 ПК-11 ИД-2 ПК-11 ИД-3 ПК-11. ИД-1 ПК-12 ИД-2 ПК-12 ИД-3 ПК-12 ИД-1 ПК-13 ИД-2 ПК-13 ИД-3 ПК-13 ИД-1 ПК-15 ИД-2 ПК-15 ИД-3 ПК-15			
			432	

7. Методические рекомендации для студентов по прохождению практики

7.1 Использование материала учебно-методического комплекса практики

На первом этапе необходимо ознакомиться со структурой практики, обязательными видами работ и формами отчетности, которые отражены в Методических указаниях по организации и проведению практики, разработанных на кафедре.

Для успешного выполнения заданий обучающемуся необходимо самостоятельно детально изучить представленные источники литературы.

7.2 Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации обучающихся по практике

Фонд оценочных средств (ФОС) по производственно-проектной практике базируется на перечне осваиваемых компетенций с указанием этапов их формирования в процессе прохождения практики. ФОС обеспечивает объективный контроль достижения запланированных результатов обучения. ФОС включает в себя

- описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания;
- методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций;
- типовые контрольные задания и иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений и уровня овладения формируемыми компетенциями в процессе прохождения практики.

ФОС является приложением к данной программе практики.

8. Учебно-методическое и информационное обеспечение практики

8.1. Перечень учебной литературы и ресурсов сети «Интернет», необходимых для проведения практики

8.1.1. Перечень основной литературы:

1. Ткаченко, Н.В. Креативная реклама: технологии проектирования / Н.В. Ткаченко, О.Н. Ткаченко ; под ред. Л.М. Дмитриевой. – Москва :Юнити, 2015. – 336 с. – (Азбука

рекламы). – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114422> (дата обращения: 25.02.2020). – ISBN 978-5-238-01568-2.

8.1.2. Перечень дополнительной литературы

1. Ковалева, Л.В. Маркетинг территорий : учебное пособие / Л.В. Ковалева ; Тюменский государственный университет. – Тюмень : Тюменский государственный университет, 2017. – 284 с. : ил. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=572901>. – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-400-01269-3.

2. Маркетинговые коммуникации : учебник / Д. С. Жарников и др. ; под ред. И. Н. Красюк. - Москва : ИНФРА-М, 2012. – 270, [1] с. : ил., табл. ; – (Высшее образование). – Библиогр.: с. 259-261. – ISBN 978-5-16-004956-4

3. Реклама: технологии воздействия / под общ. ред. Е. Н. Ежовой ; М-во образования и науки Рос. Федерации, ГОУ ВПО «Ставроп. гос. ун-т». – Ставрополь : Изд-во СГУ, 2010. – 327 с. – Библиогр.: с. 305-325. – ISBN 978-5-88648-737-4

4. Связи с общественностью. Теория, практика, коммуникативные стратегии. Учебное пособие - М.: Аспект Пресс, 2011.

8.1.3. Перечень методической литературы:

1. Двоенко О.А. Методические указания по проведению и организации производственно-проектной практики. – Ставрополь, СКФУ, 2025.

8.1.4. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

1. <http://www.Adme.ru>. – Видеохостинг креативной рекламы.
2. <http://www.BrandsInfo.ru>. – Каталог историй появления знаменитых брендов со всего мира.
3. <http://www.intv.ru>. – Видеохостинг (видеоархив, интернет-телевидение).
4. <http://www.sostav.ru>. – Портал о рекламе, маркетинге, бизнесе, креативе и PR.
5. <http://www.StoryBrand.ru>. – Сайт об истории создания мировых марок, брендов, компаний, фирм, организаций.
6. <http://www.telead.ru>. – Архив телевизионной рекламы.
7. <http://www.tvigle.ru>. – Архив видеоматериалов (фильмы, видеоролики, телевизионная реклама и др).

8.2. Программное обеспечение:

1	Альт Рабочая станция 10
2	Альт Рабочая станция К
3	Альт «Сервер»
4	Пакет офисных программ - Р7-Офис

9. Материально-техническое обеспечение практики

В процессе прохождения практики студентам при согласии научного руководителя и организации (кафедры, института, научно-образовательного центра и др.), в которой он проходит практику, доступно научно-исследовательское и материально-техническое обеспечение, необходимое для полноценного прохождения практики:

компьютерная аудитория; 15 компьютеров (процессор – AMDAthlonX2 1.7 Ghz; 2Гб ОЗУ; видеокарта – ATIRadeon 9800Pro; CD/DVD-RWNEC; монитор Samsung 17 дюймов); наличие проектора; интерактивной доски; локальной вычислительной сети с доступом к сетевым ресурсам библиотеки и факультетов, возможность работы в сети Интернет.

10. Особенности освоения практики лицами с ограниченными возможностями здоровья

Обучающимся с ограниченными возможностями здоровья предоставляются специальные учебники, учебные пособия и дидактические материалы, специальные технические средства обучения коллективного и индивидуального пользования, услуги ассистента (помощника), оказывающего обучающимся необходимую техническую помощь, а также услуги сурдопереводчиков и тифлосурдопереводчиков.

Прохождение практики обучающимися с ограниченными возможностями здоровья может быть организовано совместно с другими обучающимися, а также в отдельных группах.

Прохождение практики обучающимися с ограниченными возможностями здоровья осуществляется с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья.

В целях доступности получения высшего образования по образовательной программе лицами с ограниченными возможностями здоровья при прохождении практики обеспечивается:

1) для лиц с ограниченными возможностями здоровья по зрению:

- присутствие ассистента, оказывающий студенту необходимую техническую помощь с учетом индивидуальных особенностей (помогает занять рабочее место, передвигаться, прочитать и оформить задание, в том числе, записывая под диктовку),
- письменные задания, а также инструкции о порядке их выполнения оформляются увеличенным шрифтом,
- специальные учебники, учебные пособия и дидактические материалы (имеющие крупный шрифт или аудиофайлы),
- индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс,
- при необходимости студенту для выполнения задания предоставляется увеличивающее устройство;

2) для лиц с ограниченными возможностями здоровья по слуху:

- присутствие ассистента, оказывающий студенту необходимую техническую помощь с учетом индивидуальных особенностей (помогает занять рабочее место, передвигаться, прочитать и оформить задание, в том числе, записывая под диктовку),
- обеспечивается наличие звукоусиливающей аппаратуры коллективного пользования, при необходимости обучающемуся предоставляется звукоусиливающая аппаратура индивидуального пользования;
- обеспечивается надлежащими звуковыми средствами воспроизведения информации;

3) для лиц с ограниченными возможностями здоровья, имеющих нарушения опорнодвигательного аппарата (в том числе с тяжелыми нарушениями двигательных функций верхних конечностей или отсутствием верхних конечностей):

- письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением или надиктовываются ассистенту;
- по желанию студента задания могут выполняться в устной форме