

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Тамбовский государственный университет имени Г.Р. Державина»
Институт экономики, управления и сервиса
Кафедра журналистики, рекламы и связей с общественностью

УТВЕРЖДАЮ:
Директор института



Е. Ю. Меркулова
«05» июля 2021 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРАКТИКИ

Б2.О.2 Профессионально-творческая практика

Направление подготовки/специальность: 42.03.01 - Реклама и связи с общественностью

Профиль/направленность/специализация: Реклама и связи с общественностью в государственной и коммерческой сферах

Уровень высшего образования: бакалавриат

Формы обучения: очная, заочная

год набора: 2021

Тамбов, 2022

Автор программы:

Кандидат филологических наук, доцент Пядышева Тамара Геннадиевна

Программа составлена в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 - Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата) (приказ Министерства образования и науки РФ от «08» июня 2017 г. № 512).

Рабочая программа принята на заседании Кафедры журналистики, рекламы и связей с общественностью «11» мая 2021 г. Протокол № 7

СОДЕРЖАНИЕ

1. Общая характеристика и цель практики.....	4
2. Место практики в структуре образовательной программы и планируемые результаты.....	4
3. Структура и содержание практики.....	5
4. Контроль знаний обучающихся и типовые оценочные средства.....	7
5. Учебно-методические рекомендации по практике.....	12
6. Учебно-методическое и информационное обеспечение практики.....	12
7. Материально-техническое, программное обеспечение практики, программное обеспечение, профессиональные базы данных и информационные справочные системы.....	12

1. Общая характеристика и цель практики

Цель практики – приобретение практических навыков и практического опыта, а также формирование следующих компетенций:

ПК-2 Способен участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации

ПК-3 Способен разрабатывать авторский и/или коллективный медиапроект, участвовать в разработке, анализе и коррекции концепции медиапроекта, определении его формата

ПК-4 Способен применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта

ПК-5 Способен осуществлять профессиональные функции в области маркетинга, рекламы и связей с общественностью в различных структурах (внешних и внутренних)

ПК-6 Способен принимать участие в управлении и организации работы отделов рекламы и связей с общественностью / агентств рекламы и связей с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность коммуникационной деятельности

Тип практики	Семестр	Способ проведения	Контактная работа	Форма промежуточной аттестация
Профессионально-творческая практика	6, 8	Стационарная; выездная	4	Экзамен

Типы задач профессиональной деятельности, к которым готовятся обучающиеся в ходе прохождения практики:

- авторский
- маркетинговый

Программа практики ориентирована на подготовку обучающихся к профессиональной деятельности в сфере: 06 Связь, информационные и коммуникационные технологии (в сфере продвижения продукции средств массовой информации, включая печатные издания, телевизионные и радиопрограммы, онлайн-ресурсы)

Практика проводится в форме практической подготовки обучающихся.

2. Место практики в структуре образовательной программы и планируемые результаты

2.1. Профессионально-творческая практика относится к обязательной части учебного плана ОП по направлению подготовки 42.03.01 - Реклама и связи с общественностью (бакалавриат).

Профессионально-творческая практика предусмотрена на 3, 4 курсе, 6, 8 семестр.

Профессионально-творческая практика базируется на знаниях, полученных обучающимся по дисциплинам части, формируемой участниками образовательных отношений. Компетенции, сформированные у студентов в процессе прохождения профессионально-творческой практики, будут необходимы при изучении профильных дисциплин, а также при прохождении преддипломной практики.

Профессионально-творческая практика логически связана с такими дисциплинами, как:

ПК-2 - Имиджмейкинг в профессиональной деятельности, Основы взаимодействия со СМИ и технология конструирования контента, Теория и практика связей с общественностью

ПК-3 - Визуальная культура, Графический дизайн, Медиадизайн, Медиапродукты в связях с общественностью, Сторителлинг в социальных сетях, Экранная культура как тренд современного медиaprостранства (авторский курс Ильченко)

ПК-4 - Медиапланирование в рекламной деятельности, Основы маркетинга, Теория и практика рекламы

ПК-5 - Аудиоподкастинг и радио, Внутрикорпоративные коммуникации, Современная пресс-служба, Цифровой медиаконтент: мессенджеры, Цифровой медиаконтент: социальные сети

ПК-6 - Ивент менеджмент, Медиаменеджмент и экономика, Организация и проведение коммуникационных кампаний, Управление брендом

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

Код по ФГОС ВО	Компетенция	Индикаторы (показатели достижения результата)
ПК-2	Способен участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации	Создает тексты для обеспечения внутренней и внешней коммуникации организации
ПК-3	Способен разрабатывать авторский и/или коллективный медиапроект, участвовать в разработке, анализе и коррекции концепции медиапроекта, определении его формата	Участвует в разработке и анализе концепции медиапроектов различных форматов
ПК-4	Способен применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта	Применяет технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта
ПК-5	Способен осуществлять профессиональные функции в области маркетинга, рекламы и связей с общественностью в различных структурах (внешних и внутренних)	В практической деятельности реализует профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью
ПК-6	Способен принимать участие в управлении и организации работы отделов рекламы и связей с общественностью / агентств рекламы и связей с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность коммуникационной деятельности	Участвует в проведении мероприятий по повышению имиджа организации

3. Структура и содержание практики

3.1. Объем практики составляет 15 з.е. (540 часов), (10 недель).

3.2.Содержание практики

очная форма

Этап	Содержание этапа практики	Количество часов	Формы текущего контроля
6 семестр			
1.	Подготовительный этап.	64	Собеседование
2.	Изучение опыта работы организации	64	Отчет
3.	Выполнение заданий руководителей практики	62	Другие формы контроля
4.	Составление и оформление отчета по практике	62	Другие формы контроля
5.	Конференция по результатам практики	36	Выступление
8 семестр			
6.	Подготовительный этап	34	Собеседование
7.	Изучение опыта работы организации	34	Отчет
8.	Выполнение заданий руководителей практики	34	Другие формы контроля
9.	Составление и оформление отчета по практике	38	Другие формы контроля
10.	Конференция по результатам практики	40	Другие формы контроля
	Всего	468	

заочная форма

Этап	Содержание этапа практики	Количество часов	Формы текущего контроля
6 семестр			
1.	Подготовительный этап.	54	Собеседование
2.	Изучение опыта работы организации	65	Отчет
3.	Выполнение заданий руководителей практики	60	Другие формы контроля
4.	Составление и оформление отчета по практике	74	Другие формы контроля
5.	Конференция по результатам практики	62	Выступление
8 семестр			
6.	Подготовительный этап	40	Собеседование
7.	Изучение опыта работы организации	40	Отчет
8.	Выполнение заданий руководителей практики	40	Другие формы контроля
9.	Составление и оформление отчета по практике	42	Другие формы контроля
10.	Конференция по результатам практики	45	Другие формы контроля
	Всего	522	

3.3. Индивидуальные задания по практике:

- Основные направления рекламной и ПР-деятельности организации/подразделения организации
- Изучение практических приемов и методов работы специалистов по связям с общественностью и рекламе

- Участие в составлении программы исследования и проведении опросов, мониторинга СМИ и пр.
- Разработка рекламной и ПР-продукции, ее размещение
- Иные формы заданий, согласованные с руководителем практики от профильной организации

4. Контроль знаний обучающихся и типовые оценочные средства

4.1 Оценка знаний обучающихся в рамках балльно-рейтинговой системы.

Распределение баллов при прохождении практики:

- Выполнение индивидуального задания по практике – 70 баллов,
- Оформление документации по практике – 10 баллов,
- Защита отчета по практике: 20 баллов

Распределение баллов по заданиям:

№	Вид учебной работы	Мак. кол-во баллов	Методика начисления баллов
1.	Выполнение индивидуального задания по практике	70	<p>53 - 70 баллов - индивидуальное задание по практике выполнено в полном объеме в соответствии с программой практики своевременно и качественно;</p> <ul style="list-style-type: none"> - студент показал глубокую теоретическую, методическую, профессионально-прикладную подготовку, ответив на вопросы руководителя практики; - умело применил полученные знания во время прохождения практики и при собеседовании с руководителем; - ответственно и с интересом относился к своей работе. <p>36 - 52 баллов - индивидуальное задание по практике выполнено в полном объеме в соответствии с программой практики, с незначительными отклонениями от качественных параметров;</p> <ul style="list-style-type: none"> - студент демонстрирует достаточно полные знания всех профессионально-прикладных и методических вопросов в объеме программы практики при собеседовании с руководителем; - проявил себя как ответственный исполнитель, заинтересованный в будущей профессиональной деятельности; - при собеседовании показал достаточный уровень освоения компетенций. <p>0 – 35 баллов - индивидуальное задание по практике выполнено не в полном объеме, часть заданий программы практики вызвала затруднения;</p> <ul style="list-style-type: none"> - студент не проявил глубоких знаний теории и умения применять ее на практике, допускал ошибки в планировании и решении задач, на собеседовании с руководителем; - не способен самостоятельно продемонстрировать практические умения, в процессе работы не проявил достаточной самостоятельности, инициативы и заинтересованности.
2.	Оформление документации по практике: оценивание содержания и оформления отчета по практике	10	<p>8 - 10 баллов - отчет:</p> <ul style="list-style-type: none"> - выполнен в полном объеме и в соответствии с требованиями; - результативность практики представлена в количественной и качественной обработке, продуктах деятельности; - материал изложен грамотно, доказательно; - свободно используются понятия, термины, формулировки; - выполненные задания соотносятся с формированием компетенций. <p>5 – 7 баллов - отчет:</p>

			<ul style="list-style-type: none"> - выполнен в полном объеме и в соответствии с требованиями, но допущены технические и/или орфографические ошибки; - грамотно используется профессиональная терминология - четко и полно излагается материал, но не всегда последовательно; - описывается анализ выполненных заданий, но не всегда четко соотносится выполнение профессиональной деятельности с формированием определенной компетенции. <p>0 - 4 баллов - отчет:</p> <ul style="list-style-type: none"> - низкий уровень владения профессиональным стилем речи в изложении материала; - низкий уровень оформления документации по практике; - низкий уровень владения методической терминологией; - носит описательный характер, без элементов анализа; - низкое качество выполнения заданий, направленных на формирование компетенций.
3.	Защита отчета по практике: подготовка и защита презентации	20	<p>16 - 20 баллов - защита и содержание презентации в полной мере соответствуют программе практики, индивидуальному заданию (цели, ссылки на ресурсы, соответствие содержания, нормативно-правовой базы, литературы), задачам, наблюдается последовательность и логичность презентуемого материала;</p> <ul style="list-style-type: none"> - студент на защите демонстрирует ораторские способности, соблюдение регламента, эмоциональность, умение ответить на вопросы, систематизированные, глубокие и полные знания по всем разделам программы практики; - содержание выступления отличает: логичность изложения материала, раскрытие темы, доступность изложения, эффективность применения средств ИКТ, способы и условия достижения результативности и эффективности для выполнения задач практики, доказательность практических действий, умение аргументировать свои заключения, делать выводы; - на защите показал высокий уровень освоения компетенций. <p>11 -15 баллов - защита и содержание презентации в достаточной степени соответствуют программе практики, индивидуальному заданию, задачам, наблюдается последовательность презентуемого материала;</p> <ul style="list-style-type: none"> - студент на защите демонстрирует эмоциональность, умение ответить на вопросы, систематизированные, знания по всем разделам программы практики, соблюдение регламента; - содержание выступления отличает: логичность изложения материала, раскрытие темы, доступность изложения, эффективность применения средств ИКТ, доказательность практических действий, умение аргументировать свои заключения, делать выводы; - на защите показал достаточный уровень освоения компетенций. <p>0 – 10 баллов - защита и содержание презентации не в полной мере соответствуют программе практики, индивидуальному заданию, задачам;</p> <ul style="list-style-type: none"> - студент на защите демонстрирует не полный объем знаний по всем разделам программы практики, соблюдение регламента; - содержание выступления отличает: не полное раскрытие темы, отмечается частичное несоответствие презентации содержанию отчета по практике и индивидуальному заданию; - на защите показал недостаточный уровень освоения компетенций.
	Итого за практику	100	

Студенту выставляется итоговая оценка промежуточной аттестации в 100-балльной шкале и в традиционной четырехбалльной шкале, характеризующая качество освоения студентом полученных знаний, приобретенных умений и владений по практике. Перевод 100-балльной рейтинговой оценки по дисциплине в традиционную четырехбалльную осуществляется следующим образом:

100-балльная система	Традиционная система
85 - 100 баллов	Отлично / зачтено
70 - 84 баллов	Хорошо / зачтено
50 - 69 баллов	Удовлетворительно / зачтено
Менее 50	Неудовлетворительно / не зачтено

4.2 Типовые оценочные средства текущего контроля

Выступление

Доклад по отчету должен содержать основные результаты прохождения практики. Возможны презентации, раздаточный материал, слайды и т.д.

Другие формы контроля

- 1 Результаты выполнения рабочего плана (графика) прохождения практики.
- 2 Описание конкретных видов работ (индивидуальных заданий), выполненных практикантом; описание задач, которые приходилось решать под руководством руководителя практики от организации.
- 3 Описание всех видов методов, использованных в работе.
- 4 Выводы, оценка положения рекламной/ПР- службы в структуре организации, личное отношение и оценка полученных знаний и опыта работы на практике.

Отчет о практике должен включать в себя:

- **основные направления рекламной и ПР-деятельности организации/подразделения организации;**
- изучение практических приемов и методов работы специалистов по связям с общественностью и рекламе;
- выполнение практических заданий, направленных на формирование профессиональных компетенций
- разработка рекламной и ПР-продукции, ее размещение;
- иные формы заданий, согласованные с руководителем практики от профильной организации.

Оптимальный объем отчёта 8-10 страниц машинописного текста.

К отчету прилагается характеристика на обучающегося-практиканта.

- 1 Результаты выполнения рабочего плана (графика) прохождения практики.
- 2 Описание конкретных видов работ (индивидуальных заданий), выполненных практикантом.
- 3 Описание задач, которые приходилось решать под руководством руководителя практики от организации.
- 4 Описание всех видов методов, использованных в работе.
- 5 Выводы, оценка положения рекламной службы в структуре организации, личное отношение и оценка полученных знаний и опыта работы на практике.

Отчет о практике должен включать в себя:

- основные направления рекламной и ПР-деятельности организации/подразделения организации;
- изучение практических приемов и методов работы специалистов по связям с общественностью и рекламе;
- выполнение практических заданий, направленных на формирование профессиональных компетенций

- разработка рекламной и ПР-продукции, ее размещение;
- иные формы заданий, согласованные с руководителем практики от профильной организации.

К отчету прилагается характеристика на обучающегося-практиканта.

Доклад по отчету должен содержать основные результаты прохождения практики.

Возможны презентации, раздаточный материал, слайды и т.д.

Отчет

1. Общая характеристика организации: название, юридический адрес, цель, миссия, история развития организации, правовые основы деятельности, отраслевая принадлежность, организационно-правовая форма, основные виды деятельности, финансовое состояние организации.
2. Организационно-управленческая характеристика организации: организационная структура предприятия.
3. Изучение положения об отделе рекламы, должностные инструкции специалистов отдела.
4. Рекламные проекты организации, план рекламных мероприятий, медиаплан, бюджет
1. Общая характеристика организации: название, юридический адрес, цель, миссия, история развития организации, правовые основы деятельности, отраслевая принадлежность, организационно-правовая форма, основные виды деятельности, финансовое состояние организации.
2. Организационно-управленческая характеристика организации: организационная структура предприятия.
3. Изучение положения об отделе рекламы, должностные инструкции специалистов отдела.
4. Рекламные проекты организации, план рекламных мероприятий, медиаплан, бюджет

Собеседование

1. Правила безопасности на рабочем месте.
2. Правила внутреннего распорядка на предприятии.
3. План работы (график).
4. Нормативные документы, регламентирующие рекламную деятельность.
5. Федеральный закон "О защите прав потребителей".
6. Основные объекты и субъекты регулирования рекламной деятельности.
1. Правила безопасности на рабочем месте.
2. Правила внутреннего распорядка на предприятии.
3. План работы (график).
4. Нормативные документы, регламентирующие рекламную деятельность.
5. Федеральный закон «О защите прав потребителей».
6. Основные объекты и субъекты регулирования рекламной деятельности.

4.3 Промежуточная аттестация проводится в форме экзамена

По итогам прохождения практики обучающийся должен своевременно представить на кафедру следующую отчетную документацию:

- отчет о прохождении практики и выполнении индивидуальных заданий;
- отзыв-характеристику о своей работе с места прохождения практики.

Наличие правильно оформленных отчетных документов по практике, отражающих освоенные компетенции в ходе выполнения индивидуальных заданий, является основанием для выставления соответствующей оценки.

4.4. Шкала оценивания промежуточной аттестации

Оценка	Компетенции	Дескрипторы (уровни) – основные признаки освоения (показатели достижения результата)
--------	-------------	--

«отлично» (85 - 100 баллов)	ПК-2	При осуществлении практической деятельности отлично создает тексты для обеспечения внутренней и внешней коммуникации организации, владеет методами сбора информации, её проверки и анализа
	ПК-3	При осуществлении практической деятельности отлично участвует в разработке и анализе концепции медиапроектов различных форматов
	ПК-4	Отлично применяет технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта
	ПК-5	В практической деятельности отлично реализует профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью
	ПК-6	В полной мере в проведении мероприятий по повышению имиджа организации; уверенно применяет в практической деятельности все полученные знания, умения и навыки
«хорошо» (70 - 84 баллов)	ПК-2	При осуществлении практической деятельности хорошо создает тексты для обеспечения внутренней и внешней коммуникации организации, владеет методами сбора информации, её проверки и анализа.
	ПК-3	При осуществлении практической деятельности хорошо участвует в разработке и анализе концепции медиапроектов различных форматов
	ПК-4	Хорошо применяет технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта
	ПК-5	В практической деятельности хорошо реализует профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью
	ПК-6	Полноценно участвует в проведении мероприятий по повышению имиджа организации; применяет в практической деятельности все полученные знания, умения и навыки;
«удовлетворительно» (50 - 69 баллов)	ПК-2	При осуществлении практической деятельности способен создавать тексты для обеспечения внутренней и внешней коммуникации организации, фрагментарно владеет методами сбора информации, её проверки и анализа.
	ПК-3	При осуществлении практической деятельности удовлетворительно участвует в разработке и анализе концепции медиапроектов различных форматов
	ПК-4	Удовлетворительно применяет технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта
	ПК-5	В практической деятельности способен реализовывать профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью
	ПК-6	Фрагментарно участвует в проведении мероприятий по повышению имиджа организации; плохо применяет в практической деятельности все полученные знания, умения и навыки.
	ПК-2	Не способен создавать тексты для обеспечения внутренней и внешней коммуникации организации, не владеет методами сбора информации, её проверки и анализа.
	ПК-3	Не знает и не участвует в разработке и анализе концепции медиапроектов различных форматов

«неудовлетворительно» (менее 50 баллов)	ПК-4	Не способен применять технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта
	ПК-5	В практической деятельности не реализует профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью
	ПК-6	Не может участвовать в проведении мероприятий по повышению имиджа организации; не применяет в практической деятельности все полученные знания, умения и навыки

5. Учебно-методические рекомендации по практике

Обязанности обучающихся во время прохождения практики, требования к оценке выполнения ими рабочего плана (графика) практики и усвоению компетенций, формируемых во время практики закреплены в Положении о практике обучающихся, осваивающих образовательные программы высшего образования, реализуемые в ФГБОУ ВО «Тамбовский государственный университет имени Г.Р. Державина», а также в соответствующих методических материалах (Приложение 8 ОП ВО).

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение практики

6.1 Основная литература:

1. Коноваленко В. А., Коноваленко М. Ю., Швед Н. Г. Реклама и связи с общественностью: введение в специальность : Учебник для бакалавров. - Москва: Юрайт, 2020. - 383 с. - Текст : электронный // ЭБС «ЮРАЙТ» [сайт]. - URL: <https://urait.ru/bcode/448047>
2. Карпова, Г. Г., Шамьенова, Г. Р., Егорова, А. Ю. Реклама и связи с общественностью : учебно-методическое пособие. - Весь срок охраны авторского права; Реклама и связи с общественностью. - Саратов: Саратовский государственный технический университет имени Ю.А. Гагарина, ЭБС АСВ, 2016. - 308 с. - Текст : электронный // IPR BOOKS [сайт]. - URL: <http://www.iprbookshop.ru/80116.html>

6.2 Дополнительная литература:

1. Ясинская, М. Б. Литература : практикум по направлению подготовки «реклама и связи с общественностью». - Весь срок охраны авторского права; Литература. - Москва: Московский гуманитарный университет, 2017. - 104 с. - Текст : электронный // IPR BOOKS [сайт]. - URL: <http://www.iprbookshop.ru/74728.html>
2. Синяева И. М., Жильцова О. Н., Жильцов Д. А. Реклама и связи с общественностью : Учебник для бакалавров. - Москва: Юрайт, 2020. - 552 с. - Текст : электронный // ЭБС «ЮРАЙТ» [сайт]. - URL: <https://urait.ru/bcode/466182>
3. Чилингир, Е. Ю. Реклама и связи с общественностью: введение в профессию : учебное пособие. - Весь срок охраны авторского права; Реклама и связи с общественностью: введение в профессию. - Москва: Ай Пи Ар Медиа, 2020. - 240 с. - Текст : электронный // IPR BOOKS [сайт]. - URL: <http://www.iprbookshop.ru/95336.html>
4. Суворова Н. Н. Языковые и структурные особенности текста в рекламе : практикум для студентов специальности «Реклама и связи с общественностью». - Москва|Берлин: Директ-Медиа, 2017. - 80 с. - Текст : электронный // ЭБС «Университетская библиотека онлайн» [сайт]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=460213>

6.3 Иные источники:

1. Аналитический центр при Правительстве РФ - <https://ac.gov.ru/publications/5478>
2. Гуманитарная электронная библиотека - <http://www.lib.ua-ru.net/katalog/41.html>
3. Правовой сайт КонсультантПлюс - <http://www.consultant.ru>

7. Материально-техническое обеспечение практики, программное обеспечение и информационные справочные системы

Для проведения практики необходимо следующее материально-техническое обеспечение: рабочее место, содержащее: персональный компьютер, принтер; возможность выхода в сеть Интернет для поиска информации по профильным сайтам и порталам; помещения для самостоятельной работы; учебные аудитории для проведения групповых и индивидуальных консультаций и промежуточной аттестации.

Учебные аудитории и помещения для самостоятельной работы укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории.

Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение:

7-Zip 9.20

Kaspersky Endpoint Security для бизнеса - Стандартный Russian Edition. 1500-2499 Node 1 year Educational Renewal Licence

Операционная система Microsoft Windows 10

Microsoft Office Профессиональный плюс 2007

Adobe Reader XI (11.0.08) - Russian Adobe Systems Incorporated 10.11.2014 187,00 MB 11.0.08

Профессиональные базы данных и информационные справочные системы:

1. Электронная библиотека РФФИ. – URL: <https://www.rfbr.ru/rffi/ru/library>
2. Тамбовская областная универсальная научная библиотека им. А.С. Пушкина. – URL: <http://www.tambovlib.ru>
3. Университетская библиотека онлайн: электронно-библиотечная система. – URL: <https://biblioclub.ru>
4. Российская государственная библиотека. – URL: <https://www.rsl.ru>

Электронная информационно-образовательная среда

https://auth.tsutmb.ru/authorize?response_type=code&client_id=moodle&state=xyz

Взаимодействие преподавателя и студента во время прохождения последним профессионально-творческой практики осуществляется посредством мультимедийных, гипертекстовых, сетевых, телекоммуникационных технологий, используемых в электронной информационно-образовательной среде университета.