

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Шебзухова Татьяна Александровна

Должность: Директор Пятигорского института (филиал) Северо-Кавказского
федерального университета

Дата подписания: 11.06.2024 12:04:37

Уникальный программный ключ:

d74ce93cd40e39275c3ba2f58486412a1c8ef96f

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования
«СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
Пятигорский институт (филиал) СКФУ

УТВЕРЖДАЮ

Зам. директора по учебной работе
Пятигорского института (филиала) СКФУ
Н.В. Данченко

ПРОГРАММА ПРАКТИКИ

УЧЕБНАЯ ПРАКТИКА

Профессионально-ознакомительная практика

Направление подготовки	<u>42.03.01 Реклама и связи с общественностью</u>
Направленность (профиль)	<u>Коммуникативные технологии и реклама</u>
Год начала обучения	2024
Форма обучения	<u>очная</u>
Реализуется в	<u>2 семестре</u>

Разработано

Доцентом кафедры «Финансы и бухгалтерский учет»
Карпенко К.В.

Пятигорск, 2024

1. Цели практики

Цель практики - закрепление, расширение и углубление теоретических знаний; выработка умений применять полученные практические навыки при решении профессионально-прикладных и методических вопросов, приобретение практических навыков самостоятельной работы в области рекламы и связей с общественностью по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

Практика является неотъемлемой частью всей системы подготовки бакалавра рекламы и связей с общественностью и предусматривает овладение обучающимися основными приемами ведения профессиональных навыков работы и формирование профессионального мировоззрения в соответствии с профилем избранной магистерской программы и требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

- **вид практики** - учебная;
- **тип практики** - профессиональная ознакомительная практика;
- **формы проведения практики** - дискретно.

2. Задачи практики

Задачи практики:

- приобретение умений и навыков на основе знаний, полученных в процессе теоретического обучения;
- приобретение навыков работы с информацией организации: разработка плана и программы сбора информации об организации, среде деятельности и социально-экономических проблемах, с которыми сталкивается организация, об особенностях производства, сбыта, структуре и персонале организации;
- развитие способности использования количественных и качественных методов для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами, подготовка аналитических материалов по результатам их применения;
- формирование умений управлять организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями;
- развитие способности обобщать и критически оценивать результаты исследований актуальных проблем управления, полученные отечественными и зарубежными исследователями;
- развитие умений систематизации полученных данных и подготовки аналитического отчета.

3. Место практики в структуре образовательной программы высшего образования

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

Практика базируется на следующих дисциплинах: «Лидерство и тимбилдинг в организации», «Основы теории коммуникации», «Теория и практика рекламы». Для освоения программы практики обучающиеся должны владеть следующими знаниями и компетенциями: УК-5 ИД-1 УК-5 ИД-2 УК-5 ИД-3 УК-5 ИД-4 УК-5 ИД-5 УК-5 ИД-6 УК-5 ИД-7 УК-7 ИД-1 УК-7 ИД-2 УК-7 ИД-3 УК-8 ИД-1 УК-8 ИД-2 УК-8 ИД-3 ОПК-1 ИД-1 ОПК-1 ИД-2 ОПК-2 ИД-1 ОПК-2 ИД-2 ОПК-2 ИД-3 ОПК-3 ИД-1 ОПК-3 ИД-2 ОПК-4 ИД-1 ОПК-4 ИД-2 ОПК-5 ИД-1 ОПК-5 ИД-2 ОПК-6 ИД-1 ОПК-6 ИД-2 ОПК-6 ИД-3 ОПК-7 ИД-1 ОПК-7 ИД-2

Результаты прохождения практики должны быть использованы в дальнейшем при изучении следующих дисциплин: «Теория и практика медиакоммуникаций», «Теория и

практика связей с общественностью», «Фото- и видеосъемка в прикладных медиакоммуникациях».

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

4. Место и время проведения практики

Профессиональная проектная практика в рамках основной образовательной программы по направлению 42.03.01 - «Реклама и связи с общественностью» согласно календарному учебному графику подготовки проводится в течение 2 семестра (162 час.), всего на данную практику выделяется 6 з.е.

Профессиональная проектная практика проводится на базе рекламных агентств, рекламных и PR-отделов организаций, СМИ, на кафедрах и в лабораторных 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
УК-5 Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	ИД-1 УК-5 выявляет, сопоставляет и анализирует информацию о культурных особенностях и традициях различных социальных групп, для выбора стратегии взаимодействия с их носителями; ИД-2 УК-5 демонстрирует уважительное отношение к историческому наследию и социокультурным традициям различных социальных групп, опирающееся на знание этапов исторического развития России (включая основные события, основных исторических деятелей) в контексте мировой истории и ряда культурных традиций мира (в зависимости от среды и задач образования), включая мировые религии, философские и этические учения; ИД-3 УК-5 выбирает способы конструктивного взаимодействия с людьми с учетом их культурных ценностей ИД-4 УК-5 Демонстрирует толерантное восприятие социальных и культурных различий, уважительное и бережное отношение к историческому наследию и культурным традициям	Уметь осуществлять поиск и отбор организаций, осуществляющих маркетинговые исследования, проводящих социологические опросы, предоставление информации и оказание иных услуг, необходимых для анализа ситуации на рынке продукции СМИ; осуществлять контроль и оценку эффективности результатов продвижения продукции СМИ; проводить техническую обработку и размещение информационных ресурсов на сайте;

	ИД-5 УК-5 Находит и использует необходимую для саморазвития и взаимодействия с другими людьми информацию о культурных особенностях и традициях различных социальных групп ИД-6 УК-5 Проявляет в своём поведении уважительное отношение к историческому наследию и социокультурным традициям различных социальных групп, опирающееся на знание этапов исторического развития России в контексте мировой истории и культурных традиций мира ИД-7 УК-5 Сознательно выбирает ценностные ориентиры и гражданскую позицию; аргументировано обсуждает и решает проблемы мировоззренческого, общественного и личного характера	
УК-7 Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности	ИД-1 УК-7 знает основы физической культуры, здоровьесберегающие технологии для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности с учетом физиологических особенностей организма и условий жизнедеятельности; ИД-2 УК-7 планирует свое рабочее и свободное время для оптимального сочетания физической и умственной нагрузки и обеспечения работоспособности в профессиональной деятельности; ИД-3 УК-7 поддерживает должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности и соблюдает нормы здорового образа жизни.	Знать принципы организации продвижения и распространения продукции средств массовой информации (СМИ), включая печатные издания, телевизионные и радиопрограммы, сетевые издания
УК-8 Способен создавать и поддерживать в повседневной жизни и в профессиональной деятельности безопасные условия жизнедеятельности для сохранения природной среды, обеспечения устойчивого развития общества, в том числе	ИД-1 УК-8 знаком с общей характеристикой обеспечения безопасности и устойчивого развития в различных сферах жизнедеятельности; классификацией чрезвычайных ситуаций военного характера, принципами и способами организации защиты населения от опасностей, возникающих в мирное время и при ведении военных	Уметь организовывать мероприятия, способствующие увеличению продаж продукции СМИ, создавать и редактировать информационные ресурсы, осуществлять ввод и обработку текстовых данных на сайте; Владеть принципами

при угрозе и возникновении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов	действий; ИД-2 УК-8 оценивает вероятность возникновения потенциальной опасности в повседневной жизни и профессиональной деятельности и принимает меры по ее предупреждению; ИД-3 УК-8 применяет основные методы защиты при угрозе и возникновении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов в повседневной жизни и профессиональной деятельности	нетерпимого отношения к коррупционному поведению на уровне государства, корпораций, предприятий, населения; владеть принципами распространения информации, реклама товаров и услуг, информационная поддержка бизнес-процессов организаций, повышение эффективности коммуникаций с потребителями продукции и развитие электронной коммерции; навыками составления и заключения договоров на проведение маркетингового исследования, социологического опроса о предоставлении информации или оказании иных услуг, необходимых для анализа ситуации на рынке продукции СМИ; определять целевую аудиторию потребителей продукции СМИ.
ОПК-1. Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	ИД-1 ОПК-1 Выявляет отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ. ИД-2- ОПК-1 Осуществляет подготовку текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем.	Знать принципы организации продвижения и распространения продукции средств массовой информации (СМИ), включая печатные издания, телевизионные и радиопрограммы, сетевые издания
ОПК-2. Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах.	ИД-1 ОПК-2 Знает об особенностях освещения общественных и государственных институтов в медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах. ИД-2 ОПК-2 Умеет освящать деятельность общественных и государственных институтов в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах, с учетом тенденций их развития. ИД-3 ОПК-2 Владеет навыками	Уметь организовывать мероприятия, способствующие увеличению продаж продукции СМИ, создавать и редактировать информационные ресурсы, осуществлять ввод и обработку текстовых данных на сайте

	освещения деятельности общественных и государственных институтов в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах, с учетом тенденций их развития.	
ОПК-3. Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов.	ИД-1 ОПК-3 Демонстрирует кругозор в сфере отечественного и мирового культурного процесса. ИД-2 ОПК-3 Учитывает достижения отечественной и мировой культуры, а также средства художественной выразительности в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) коммуникационных продуктов.	Знать принципы организации продвижения и распространения продукции средств массовой информации (СМИ), включая печатные издания, телевизионные и радиопрограммы, сетевые издания; Уметь организовывать мероприятия, способствующие увеличению продаж продукции СМИ, создавать и редактировать информационные ресурсы, осуществлять ввод и обработку текстовых данных на сайте; Владеть принципами нетерпимого отношения к коррупционному поведению на уровне государства, корпораций, предприятий, населения; владеть принципами распространения информации, реклама товаров и услуг, информационная поддержка бизнес-процессов организаций, повышение эффективности коммуникаций с потребителями продукции и развитие электронной коммерции; навыками составления и заключения договоров на проведение маркетингового исследования, социологического опроса о предоставлении информации или оказании иных услуг, необходимых для анализа ситуации на рынке продукции СМИ; определять целевую аудиторию потребителей продукции СМИ.
ОПК-4. Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в	ИД-1 ОПК-4 Соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и	Знать принципы организации продвижения и распространения продукции

профессиональной деятельности.	отдельных аудиторных групп. ИД-2 ОПК-4 Использует основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности, учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) коммуникационных продуктов	средств массовой информации (СМИ), включая печатные издания, телевизионные и радиопрограммы, сетевые издания;
ОПК-5. Способен учитывать в профессиональной Деятельности тенденции развития медиакommunikационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования.	ИД-1 ОПК-5 Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакommunikационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях. ИД-2 ОПК-5 Осуществляет свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики ко коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакommunikационной системы.	Уметь организовывать мероприятия, способствующие увеличению продаж продукции СМИ, создавать и редактировать информационные ресурсы, осуществлять ввод и обработку текстовых данных на сайте
ОПК-6. Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности.	ИД-1 ОПК-6 Способен применять принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач в сфере рекламы и связей с общественностью; ИД-2 ОПК-6 Способен анализировать задачи в сфере рекламы и связей с общественностью, выбирать и использовать подходящие современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии; ИД-3 ОПК-6 Способен использовать современные информационно-коммуникационные и интеллектуальные технологии, инструментальные среды, программно-технические платформы и программные средства для решения задач в сфере рекламы и связей с общественностью	Уметь организовывать мероприятия, способствующие увеличению продаж продукции СМИ, создавать и редактировать информационные ресурсы, осуществлять ввод и обработку текстовых данных на сайте
ОПК-7. Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной	ИД-1 ОПК-7 Знает цеховые принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности ИД-2 ОПК-7 Осуществляет отбор	Уметь осуществлять поиск и отбор организаций, осуществляющих маркетинговые исследования, проводящих социологические

ответственности.	информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом.	опросы, предоставление информации и оказание иных услуг, необходимых для анализа ситуации на рынке продукции СМИ; осуществлять контроль и оценку эффективности результатов продвижения продукции СМИ; проводить техническую обработку и размещение информационных ресурсов на сайте;
------------------	---	--

6 Структура и содержание практики

Общая трудоемкость производственной практики «Профессиональная ознакомительная практика» составляет 6 зачетных единиц, 162 часа.

Разделы (этапы) практики	Реализуемые компетенции / индикаторы	Виды учебной работы на практике, включая самостоятельную работу студентов	Кол-во часов.Астр.	Формы текущего контроля
Установочная конференция. Определение цели и задач профессиональной проектной практики, обозначение основных требований, составление плана прохождения практики	УК-5 ИД-1 УК-5 ИД-2 УК-5 ИД-3 УК-7 ИД-1 УК-7 ИД-2 УК-7 ИД-3 УК-8 ИД-1 УК-8 ИД-2 УК-8 ИД-3 ОПК-1 ИД-1 ОПК-1 ИД-2 ОПК-2 ИД-1 ОПК-2 ИД-2 ОПК-2 ИД-3 ОПК-3 ИД-1 ОПК-3 ИД-2 ОПК-4 ИД-1 ОПК-4 ИД-2 ОПК-5 ИД-1 ОПК-5 ИД-2 ОПК-6 ИД-1 ОПК-6 ИД-2 ОПК-6 ИД-3 ОПК-7 ИД-1 ОПК-7 ИД-2	Изучение теоретического материала, выполнение практического задания	40	Проверка задания на практику.
Исследовательский этап.	УК-5 ИД-1 УК-5 ИД-2 УК-5 ИД-3 УК-7 ИД-1 УК-7 ИД-2	Отбор материалов. Изучение теоретического материала, выполнение	40	Проверка подготовленных материалов

	УК-7 ИД-3 УК-8 ИД-1 УК-8 ИД-2 УК-8 ИД-3 ОПК-1 ИД-1 ОПК-1 ИД-2 ОПК-2 ИД-1 ОПК-2 ИД-2 ОПК-2 ИД-3 ОПК-3 ИД-1 ОПК-3 ИД-2 ОПК-4 ИД-1 ОПК-4 ИД-2 ОПК-5 ИД-1 ОПК-5 ИД-2 ОПК-6 ИД-1 ОПК-6 ИД-2 ОПК-6 ИД-3 ОПК-7 ИД-1 ОПК-7 ИД-2	практического задания.		
Производственно-технологический этап и авторская деятельность.	УК-5 ИД-1 УК-5 ИД-2 УК-5 ИД-3 УК-7 ИД-1 УК-7 ИД-2 УК-7 ИД-3 УК-8 ИД-1 УК-8 ИД-2 УК-8 ИД-3 ОПК-1 ИД-1 ОПК-1 ИД-2 ОПК-2 ИД-1 ОПК-2 ИД-2 ОПК-2 ИД-3 ОПК-3 ИД-1 ОПК-3 ИД-2 ОПК-4 ИД-1 ОПК-4 ИД-2 ОПК-5 ИД-1 ОПК-5 ИД-2 ОПК-6 ИД-1 ОПК-6 ИД-2 ОПК-6 ИД-3 ОПК-7 ИД-1 ОПК-7 ИД-2	Изучение опыта реализации аналогичных (сходных) медиапроектов. Изучение теоретического материала, выполнение практического задания	40	Проверка подготовленных авторских материалов
Подготовка отчета по практике. Завершающий этап практики подготовка и сдача отчета руководителю	УК-5 ИД-1 УК-5 ИД-2 УК-5 ИД-3 УК-7 ИД-1 УК-7 ИД-2 УК-7 ИД-3 УК-8 ИД-1 УК-8 ИД-2	Обработка и обобщение результатов научного исследования. Детализация авторской концепции, разработка поправок и рекомендаций к ней	40	Защита письменного отчета о прохождении практики. Выступление на конференции с

	УК-8 ИД-3 ОПК-1 ИД-1 ОПК-1 ИД-2 ОПК-2 ИД-1 ОПК-2 ИД-2 ОПК-2 ИД-3 ОПК-3 ИД-1 ОПК-3 ИД-2 ОПК-4 ИД-1 ОПК-4 ИД-2 ОПК-5 ИД-1 ОПК-5 ИД-2 ОПК-6 ИД-1 ОПК-6 ИД-2 ОПК-6 ИД-3 ОПК-7 ИД-1 ОПК-7 ИД-2			компьютерной презентацией отчета
Итоговая конференция Презентация итогов практики	УК-5 ИД-1 УК-5 ИД-2 УК-5 ИД-3 УК-7 ИД-1 УК-7 ИД-2 УК-7 ИД-3 УК-8 ИД-1 УК-8 ИД-2 УК-8 ИД-3 ОПК-1 ИД-1 ОПК-1 ИД-2 ОПК-2 ИД-1 ОПК-2 ИД-2 ОПК-2 ИД-3 ОПК-3 ИД-1 ОПК-3 ИД-2 ОПК-4 ИД-1 ОПК-4 ИД-2 ОПК-5 ИД-1 ОПК-5 ИД-2 ОПК-6 ИД-1 ОПК-6 ИД-2 ОПК-6 ИД-3 ОПК-7 ИД-1 ОПК-7 ИД-2	Отбор материалов. Анализ проекта, предлагаемого автором; выявление слабых и сильных сторон, соответствия проекта информационной политике отделов рекламы и связей с общественностью.	56	Выступление на конференции с компьютерной презентацией отчета.
Итого			216	

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 практике.

Для успешного выполнения заданий по профессиональной проектной практике, обучающемуся необходимо самостоятельно детально изучить представленные источники литературы.

7.2 Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по практике

Фонды оценочных средств, позволяющие оценить уровень сформированности компетенций, размещен в УМК Практики на кафедре рекламы и связей с общественностью и представлен следующими компонентами:

- 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. Рекомендуемая литература

8.1.1 Основная литература:

1. Кульназарова, А. В. Цифровые технологии в рекламе и связях с общественностью : учебник / А. В. Кульназарова. — Москва : Ай Пи Ар Медиа, 2023. — 149 с. — ISBN 978-5-4497-2057-3. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/128352.html>

8.1.2. Дополнительная литература

1. Чилингер, Е. Ю. Реклама и связи с общественностью: введение в профессию : учебное пособие / Е. Ю. Чилингер. — Москва : Ай Пи Ар Медиа, 2020. — 240 с. — ISBN 978-5-4497-0579-2. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/95336.html>
2. Черепанов, В. Д. Реклама и связи с общественностью в кризисных ситуациях : учебное пособие / В. Д. Черепанов. — Москва : Российский университет транспорта (МИИТ), 2018. — 171 с. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/116075.html>
3. Сергеева, З. Н. Технология рекламы : учебное пособие / З. Н. Сергеева, Е. А. Сайкин. — Новосибирск : Новосибирский государственный технический университет, 2020. — 83 с. — ISBN 978-5-7782-4107-7.

8.1.3 Методическая литература:

Методические указания по организации и проведению производственной практики «Профессиональная ознакомительная практика» по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

8.1.4. Интернет-ресурсы

1. <http://www.Adme.ru>. - Видеохостинг креативной рекламы.
2. <http://www.BrandsInfo.ru>. - Каталог историй появления знаменитых брендов.
3. <http://www.intv.ru>. - Видсохостинг (видеоархив, интернет-телевидение).
4. <http://www.sostav.ru> – Портал о рекламе, маркетинге, бизнесе, креативе и PR.

5. <http://www.StoryBrand> – Сайт о создании мировых марок, брендов, 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: Специальное программное обеспечение не требуется.

8.3 Материально-техническое обеспечение практики

Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, оснащенная набором демонстрационного оборудования и учебно-наглядными пособиями, обеспечивающими тематические иллюстрации, соответствующие рабочим учебным программам дисциплин.

Учебные аудитории для проведения групповых и индивидуальных консультаций, промежуточного контроля и промежуточной аттестации. Помещения для самостоятельной работы, оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации, специализированной мебелью и техническими средствами обучения.

8.4 Особенности освоения практики лицами с ограниченными возможностями здоровья: Специальных условий освоения практики не требуется.