

УТВЕРЖДАЮ

Первый проректор, проректор по
УР

_____ А.Е.Рудин

«30» июня 2020 года

Программа практики

Б2.О.01(У) Учебная практика (профессионально-ознакомительная практика)

Учебный план: ФГОС 3++_2020-2021_42.03.01_ИБК_ОО_МКСКИ - проект.plx

Кафедра: **22** Истории и теории дизайна и медиакоммуникаций

Направление подготовки:
(специальность) 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки:
(специализация) Маркетинговые коммуникации в сфере культуры и искусств

Уровень образования: бакалавриат

Форма обучения: очная

План учебного процесса

Семестр		Контактн	Сам. работа	Контроль, час.	Трудоё мкость, ЗЕТ	Форма промежуточной аттестации
		Практ. занятия				
2	УП	34	72,55	1,45	3	Зачет с оценкой
	ПП	34	72,55	1,45	3	
Итого	УП	34	72,55	1,45	3	
	ПП	34	72,55	1,45	3	

Рабочая программа дисциплины составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утверждённым приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 08.06.2017 г. № 512

Составитель (и):

кандидат культурологии, Доцент

Судакова
Николаевна

Ольга

От выпускающей кафедры:
Заведующий кафедрой

Вильчинская-
Бутенко Марина
Эдуардовна

Методический отдел:

1 ВВЕДЕНИЕ К ПРОГРАММЕ ПРАКТИКИ

1.1 Цель практики: формирование у обучающихся универсальных и общекультурных компетенций, способствующих применению теоретических знаний в ходе получения первичных навыков профессиональной деятельности.

1.2 Задачи практики:

- знакомство обучающихся со структурой рынка и типами маркетинговых услуг,
- знакомство обучающихся с деятельностью рекламных отделов / служб/ агентств в сфере культуры и искусства.

1.3 Требования к предварительной подготовке обучающегося:

Предварительная подготовка предполагает создание основы для формирования компетенций, указанных в п. 2, при изучении дисциплин:

- История литературы и искусства
- История рекламы и связей с общественностью
- Информационно-коммуникационные технологии
- Основы маркетинга
- Всемирное культурное наследие
- Основы теории коммуникации

2 КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ПРОХОЖДЕНИЯ ПРАКТИКИ

ОПК-5: Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования
Знать: совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях.
Уметь: выявлять политические, экономические механизмы функционирования медиакоммуникационных систем, их соответствие правовым и этическим нормам.
Владеть: навыками изучения и анализа функционирования медиакоммуникационных систем в рамках профессиональной деятельности.
ОПК-3: Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов
Знать: основные источники получения научно-практической информации в сфере отечественной и мировой культуры.
Уметь: выделять культурные феномены, наиболее значимые для создания текстов рекламы и PR и иных коммуникационных продуктов.
Владеть: способностью создавать коммуникационные и медиапродукты, используя потенциал отечественной и зарубежной культуры.
ОПК-2: Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах
Знать: систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития в контексте профессиональной деятельности.
Уметь: анализировать систему общественных и государственных институтов на основе обработки актуальной медийной информации.
Владеть: навыками работы с медиа и коммуникационными продуктами в процессе освещения деятельности общественных и государственных систем.
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
Знать: отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ.
Уметь: выявлять ключевые характеристики, а также достоинства и недостатки медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов.
Владеть: навыками работы с текстами рекламы и связей с общественностью и (или) иными коммуникационными продуктами различных жанров и форматов с учетом особенностей различных знаковых систем.
УК-8: Способен создавать и поддерживать безопасные условия жизнедеятельности, в том числе при возникновении чрезвычайных ситуаций
Знать: основные источники техногенных рисков на предприятии, признаки их возникновения и порядок действий в случае их реализации.
Уметь: описать мероприятия по обеспечению безопасности производственной деятельности на предприятии.
Владеть: навыками использования методов и средств защиты для обеспечения безопасных условий труда и в чрезвычайных ситуациях природного и техногенного происхождения.

ОПК-7: Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности
Знать: методы оценки соответствия результатов профессиональной деятельности принципам социальной ответственности и нормам правового и этического регулирования.
Уметь: анализировать эффекты медиа и коммуникационного продукта и оценивать его соответствие принципам социальной ответственности и нормам правового и этического регулирования.
Владеть: навыками оценки и создания медиа и коммуникационного продукта в рамках правового и этического поля.
УК-7: Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности
Знать: роль и значение активного и здорового образа жизни.
Уметь: применять на практике разнообразные средства физической культуры, спорта для сохранения и укрепления здоровья в целях обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности.
Владеть: навыками ведения активного и здорового образа жизни для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности.
УК-3: Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде
Знать: правила, нормы, особенности и технологии межличностной и групповой коммуникации.
Уметь: применять методы социального взаимодействия для реализации своей роли и коммуникаций внутри команды.
Владеть: навыками эффективного социального взаимодействия и работы в команде.
УК-2: Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений
Знать: основы правового и законодательного регулирования профессиональной деятельности; инструменты планирования и реализации проектной деятельности в решении профессиональных задач.
Уметь: формулировать цели и задачи профессиональной деятельности; определять инструменты и методы решения профессиональных задач.
Владеть: навыками проектирования решений профессиональных задач с учетом действующего законодательства.
УК-1: Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач
Знать: методы и инструменты работы с информацией и данными.
Уметь: применять методики и инструменты обработки различных данных; осуществлять критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения целей и задач профессиональной деятельности.
Владеть: навыками эффективной обработки больших объемов информации; навыками критического анализа и синтеза информации; навыками системного подхода к решению задач профессиональной деятельности.
УК-6: Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни
Знать: принципы и инструменты самообразования, повышения профессиональной квалификации и профессионального роста.
Уметь: эффективно управлять собственными интеллектуальными и материальными ресурсами.
Владеть: навыками самосовершенствования, саморазвития, повышения профессиональной квалификации, построение комплексной системы развития профессиональных умений и навыков с учетом требований профессиональной сферы.
УК-5: Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах
Знать: особенности различных культур в социально-историческом, этическом и философском контексте, специфику межличностного взаимодействия в профессиональной среде.
Уметь: эффективно осуществлять межличностную коммуникацию с учетом разнообразия межкультурного взаимодействия.
Владеть: навыками восприятия и общения в условиях межкультурного разнообразия общества в профессиональной среде.
УК-4: Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)
Знать: правила и особенности деловой коммуникации в устной и письменной формах.
Уметь: осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах.
Владеть: навыками деловых коммуникаций в устной и письменной форме в профессиональной сфере.

Наименование и содержание разделов (этапов)	Семестр	Контактная работа	СР (часы)	Форма текущего контроля
		Пр. (часы)		
Раздел 1. Раздел 1. Введение в учебную практику	2			О
Этап 1. Вводный инструктаж по технике безопасности во время похода на практику.		2	4	
Этап 2. Составление индивидуального плана-графика учебной практики. Знакомство с формой отчёта по практике.		2	4	
Раздел 2. Раздел 2. Знакомство с рекламными отделами учреждений культуры и искусства				О,П
Этап 3. Практиканты знакомятся с отделами / бюро / агентствами рекламы, занимающиеся маркетинговыми коммуникациями в учреждениях культуры и искусств. Анализируют организационную структуру отдела / бюро / агентства, направление профессиональной деятельности каждого специалиста. Описывают целевую аудиторию учреждения культуры и искусства и составляют SWOT- анализ.		12	24	
Этап 4. Обучающиеся самостоятельно посещают три мероприятия (спектакль / концерт / выставочный проект), проводимые учреждениями культуры и искусств. Проводят анализ материалов рекламной кампании каждого мероприятия, размещённых в СМИ и / или на интернет-сайтах (частота рекламной коммуникации, аудитория, отзывы о мероприятии).		12	24	
Этап 5. Студент самостоятельно готовит индивидуальное задание "Экскурсия как форма не прямой рекламы". Составляет текст экскурсии по г. Санкт-Петербург, проводит её и отвечает на замечания.		2	8,55	
Раздел 3. Раздел 3. Подведение итогов практики				О
Этап 6. Обобщение материалов практики. Оформление отчёта по практике и других документов (отзыв руководителя практики, дневник практики). Проверка выполнения плана-графика практики, собеседование по разделам. Подготовка презентации к защите отчёта по практике.	4	8		
Итого в семестре	34	72,55		
Промежуточная аттестация (Зачет с оценкой)	1,45			
Всего контактная работа и СР по дисциплине	35,45	72,55		

4. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

4.1 Описание показателей, критериев и системы оценивания результатов обучения

4.1.1 Показатели оценивания

Код компетенции	Показатели оценивания результатов обучения
УК-1	- раскрывает алгоритм работы с различными данными и информацией; - характеризует методику анализа и систематизации информации о профессиональной деятельности; - анализирует наиболее эффективные методики обработки больших объемов информации при решении задач в области маркетинговых коммуникаций.
УК-2	- характеризует правовые акты, регулирующих будущую профессиональную деятельность; - перечисляет элементы профессионального инструментария, способствующих решению проектных задач; - осуществляет поиск правовой информации в рамках создания профессионального проекта.
УК-3	- раскрывает содержание основных правил и технологий при межличностном и групповом общении; - характеризует коммуникационные методы взаимодействия в команде; - называет эффективные технологии работы в команде.
УК-4	- перечисляет основные требования к деловой коммуникации в устной и письменной формах; - применяет на практике правила к деловой коммуникации в разных её формах; - характеризует особенности деловых коммуникаций в профессиональной сфере.
УК-5	- раскрывает сущность культур контексте гуманитаристики и межличностного взаимодействия в профессиональной среде; - характеризует разнообразие культурных контактов в процессе межличностной коммуникации; - осуществляет общение в профессиональной межкультурной среде.
УК-6	- анализирует алгоритм самообразования и профессиональной карьеры; - характеризует технологии управления личным интеллектом и материальным наследием; - раскрывает методики самосовершенствования и развития в профессиональной сфере.
УК-7	- перечисляет положительные факторы здорового образа жизни; - раскрывает практики сохранения и укрепления здоровья, способствующие раскрытию личностного профессионального потенциала; - позиционирует эффективность здорового образа жизни для общественной и деловой деятельности.
ОПК-2	- характеризует систему общественных и государственных институтов в контексте профессиональной деятельности; - раскрывает возможности медийной информации при анализе общественных и государственных институтов; - анализирует медиа и их коммуникационные продукты как технологии продвижения современных общественных и государственных систем.
ОПК-3	- объясняет содержание информации о культуре в научных и публицистических источниках; - раскрывает эффективность культуросодержащих текстов рекламы и коммуникационных продуктов; - перечисляет культурологический потенциал коммуникационных и медиа- продуктов.
ОПК-5	- объясняет влияние различных факторов и норм на глобальные, национальные и региональные медиакоммуникационные системы; - раскрывает легитимность политико-экономических и морально-правовых норм функционирования функционирования медиакоммуникационных систем; - анализирует медиакоммуникационные системы в контексте будущей профессии.
ОПК-7	- описывает инструментарий оценки результатов маркетинговой деятельности; - раскрывает эффективность медиа и коммуникационного продукта сквозь призму принципов социальной ответственности и морально-правового регулятора. - перечисляет морально-правовые критерии оценки медиа и коммуникационного продукта.
УК-8	- перечисляет техногенные риски на предприятии и правила действий в ситуации их возникновения; - характеризует действия, связанные с обеспечением безопасности деятельности на предприятии; - раскрывает содержание правил безопасности условий труда при чрезвычайных ситуациях.
ОПК-1	- характеризует особенности текстов и продуктов, реализуемых посредством медиасегментов и платформ; - перечисляет достоинства и недостатки текстов и продуктов медиасегментов и платформ; - раскрывает технологии профессиональной деятельности при работе с текстами рекламы и (или) коммуникационными продуктами.

4.1.2 Система и критерии оценивания

Шкала оценивания	Критерии оценивания сформированности компетенций
	Устное собеседование
5 (отлично)	Обучающийся соблюдал сроки прохождения практики; отчётные материалы полностью соответствуют программе практики и имеют практическую ценность;

	индивидуальное задание выполнено полностью и на высоком уровне; качество оформления отчёта и презентации соответствуют требованиям. В процессе защиты отчёта обучающийся дал полный, исчерпывающий ответ, явно демонстрирующий глубокое понимание предмета и широкую эрудицию в оцениваемой области, используя презентацию.
4 (хорошо)	Обучающийся соблюдал сроки прохождения практики; отчётные материалы в целом соответствуют программе практики; индивидуальное задание в целом выполнено с несущественными ошибками; качество оформления отчёта и / или презентации имеют несущественные ошибки. В процессе защиты отчёта обучающийся дал стандартный ответ, в целом качественный, основан на всех обязательных источниках информации. Присутствуют небольшие пробелы в знаниях или несущественные ошибки. Недостаточная внеаудиторная самостоятельная работа под руководством руководителя практики от кафедры истории и теории дизайна и медиакоммуникаций.
3 (удовлетворительно)	Обучающийся нарушал сроки прохождения практики; отчётные материалы в целом соответствуют программе практики; индивидуальное задание выполнено с существенными ошибками, получен удовлетворительный отзыв от руководителя практики; качество оформления отчёта и / или презентации имеют многочисленные существенные ошибки. В процессе защиты отчёта обучающийся продемонстрировал слабое понимание сущности практической деятельности, допустил существенные ошибки или пробелы в ответах сразу по нескольким разделам программы практики, незнание (путаницу) важных терминов.
2 (неудовлетворительно)	Обучающийся систематически нарушал сроки прохождения практики; не смог справиться с индивидуальным заданием; отчётные материалы не соответствуют программе практики; получен неудовлетворительный отзыв от руководителя практики; отчёт к защите не представлен.

4.2 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности

4.2.1 Перечень контрольных вопросов

№ п/п	Формулировки вопросов
Семестр 2	
1	Специфика маркетинговых коммуникаций в сфере культуры и искусства.
2	Особенности медиатекстов, медиапродуктов и коммуникационных продуктов учреждений культуры и искусства.
3	Характеристики медиа и коммуникационных продуктов учреждений культуры и искусства в рамках правового пространства.
4	Правила и нормы письменной деловой коммуникации в сфере культуры и искусства.
5	Достоинства и недостатки медиатекстов и медиапродуктов проектов сферы культуры и искусства.
6	SWOT-анализ, выявляющий внутренние сильные и слабые стороны, внешние возможности и угрозы отдела рекламы учреждения культуры и искусства.
7	Охарактеризуйте рекламную деятельность организации учреждения культуры и искусства (на выбор студента).
8	Дайте характеристику внешней и внутренней коммуникационной среды учреждения культуры и искусства (на выбор студента).
9	Опишите опыт проведения рекламных кампаний, применяемых учреждением культуры или искусства, с которым познакомились в ходе учебной практики.
10	Назовите виды и жанры рекламных текстов.
11	Охарактеризуйте последовательность процесса подготовки экскурсии.
12	Требования к маршруту экскурсии и пути следования экскурсионной группы.
13	Как Вы понимаете тезис: "Экскурсия как форма не прямой рекламы объектов культуры и искусства".
14	Опишите профессиональный портрет специалиста по маркетинговым коммуникациям в сфере культуры и искусства.

4.3 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, владений (навыков и (или) практического опыта деятельности)

4.3.1 Условия допуска обучающегося к промежуточной аттестации и порядок ликвидации академической задолженности

Проведение промежуточной аттестации регламентировано локальным нормативным актом СПбГУПТД «Положение о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся»

4.3.2 Форма проведения промежуточной аттестации по практике

Устная

Письменная

Компьютерное тестирование

Иная

4.3.3 Требования к оформлению отчёта по практике

Отчёт о прохождении практики обучающимся, согласно принятой в СПбГУПТД форме, включает в себя:

- титул,
- рабочий график (план) и индивидуальное задание,
- отзыв научного руководителя,
- приложения.

Отчёт по учебной практике заполняется обучающимся индивидуально, объём приложений составляет не более 10-12 страниц машинописного текста.

Срок предоставления отчётных документов и прохождения аттестации устанавливает выпускающая кафедра ИТДМ.

4.3.4 Порядок проведения промежуточной аттестации по практике

Аттестация проводится на выпускающей кафедре на основании анализа содержания отчёта по практике, собеседования, отзыва руководителя практики и оценки, выставленной обучающемуся на базе практики.

Процедура оценивания знаний, умений, владений (навыков и (или) практического опыта деятельности) обучающегося, характеризующих этап(ы) формирования каждой компетенции (или её части) осуществляется в процессе аттестации по критериям оценивания сформированности компетенций.

По результатам аттестации оценку в ведомости проставляет руководитель практики от выпускающей кафедры или заведующий выпускающей кафедрой.

5. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРАКТИКИ

5.1 Учебная литература

Автор	Заглавие	Издательство	Год издания	Ссылка
5.1.1 Основная учебная литература				
Синяева, И. М., Маслова, В. М., Романенкова, О. Н., Синяев, В. В., Синяева, И. М.	Интегрированные маркетинговые коммуникации	Москва: ЮНИТИ-ДАНА	2017	http://www.iprbookshop.ru/71238.html
Филиппова, Ю. Г.	Образы Петербурга как средоточия антиномичности русского бытия	Саратов: Саратовская государственная консерватория имени Л.В. Собинова	2018	http://www.iprbookshop.ru/87059.html
5.1.2 Дополнительная учебная литература				
Стогов, И.	Ключи от Петербурга. От Гумилева до Гребенщикова за тысячу шагов: Путеводитель по петербургской культуре XX века	Санкт-Петербург: Пальмира	2018	http://www.iprbookshop.ru/85046.html
Абрамова С. В., Хиневич М. А.	Учебная практика (практика по получению первичных профессиональных умений и навыков)	Санкт-Петербург: СПбГУПТД	2020	http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=2020105
Чудосветова О. В.	Искусство и культура Санкт-Петербурга	СПб.: СПбГУПТД	2017	http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=2017344

5.2 Перечень профессиональных баз данных и информационно-справочных систем

1. Информационная система «Единое окно доступа к образовательным ресурсам» [Электронный ресурс]. URL: <http://window.edu.ru/>

2. Электронная библиотека учебных изданий СПбГУПТД: <http://publish.sutd.ru>.

3. Первая полоса. Маркетинг и реклама. Бизнес и инновации. URL: www.reklamaster.com.

5.3 Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения

MicrosoftOfficeProfessional

Adobe Photoshop

5.4 Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по практике

Аудитория	Оснащение
Лекционная аудитория	Мультимедийное оборудование, специализированная мебель, доска