

УТВЕРЖДАЮ

Первый проректор, проректор по
УР

_____ А.Е.Рудин

«30» июня 2020 года

Программа практики

Б2.В.04(Пд)

Производственная практика (преддипломная 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		Сам. работа	Контроль, час.	Трудоё мкость, ЗЕТ	Форма промежуточной аттестации
8	УП	215,35	0,65	6	Зачет с оценкой
	ПП	215,35	0,65	6	
Итого	УП	215,35	0,65	6	
	ПП	215,35	0,65	6	

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 педагогических наук, Заведующий кафедрой

Вильчинская-Бутенко
Марина Эдуардовна

От выпускающей кафедры:
Заведующий кафедрой

Вильчинская-
Бутенко Марина
Эдуардовна

Методический отдел:

1 ВВЕДЕНИЕ К ПРОГРАММЕ ПРАКТИКИ

1.1 Цель практики: сформировать компетенции обучающегося в оценке социально-просветительских проектов и программ на основе изучения запросов и интересов аудиторий; в использовании маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности

1.2 Задачи практики:

- закрепить теоретические знания по специальным дисциплинам и дисциплинам специализации, владеть соответствующим терминологическим аппаратом, точностью и научностью трактовки понятий;
- участвовать в проведении научных, в т.ч. маркетинговых исследований в профессиональной деятельности на предприятии;
- осуществлять сбор и обработку материалов для подготовки и написания выпускником квалификационной работы

1.3 Требования к предварительной подготовке обучающегося:

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

- Консалтинг в сфере бизнес-коммуникаций
- Правовое регулирование рекламы и PR художественного рынка
- Этика научного исследования
- Этика рекламы
- Маркетинг культурного продукта
- Мировой художественный рынок и аукционное дело
- Организация бизнес-мероприятий и спонсоринг
- Организация креативных кластеров
- Охрана культурного наследия
- Маркетинговый анализ региональных художественных рынков
- Производственная практика (практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности)
- Деловые коммуникации в профессиональной деятельности
- Медiateкст и основы копирайтинга
- Основы маркетинга
- Основы цифровых коммуникаций
- Фирменный стиль и основы дизайна
- Корпоративные коммуникации
- Основы сторителлинга
- Медиапланирование
- Маркетинг социальных медиа
- Основы репутационного менеджмента
- Креативные технологии в рекламе и PR
- Культурные институции и социальное взаимодействие
- Внутренние коммуникации и корпоративная культура
- Производственная практика (профессионально-творческая практика)
- Производственная практика (профессионально-творческая практика (в том числе проектная практика))
- Организация музейно-выставочных проектов
- Межэтнические коммуникации
- Художественный образ в рекламе
- Популяризация народной художественной культуры
- Социально-культурные методики популяризации искусства
- Введение в стрит-арт
- Основы брендинга
- Современная художественная культура
- Корпоративная социальная ответственность
- Всемирное культурное наследие
- Практика рекламной фотографии
- Основы научного исследования в сфере культуры и искусства
- Социология художественной культуры
- Программные пакеты в коммуникативном дизайне
- Организация фестивалей культуры и искусства

2 КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ПРОХОЖДЕНИЯ ПРАКТИКИ

ПКо-1 : Способен применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта
Знать: специфику маркетинговых решений при планировании и реализации коммуникационных кампаний в профессиональной сфере
Уметь: выявлять коммуникационные проблемы, цели и инструменты маркетинга в профессиональной деятельности
Владеть: навыками планирования и реализации коммуникационного продукта с использованием комплекса маркетинга
ПКп-1: Способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности
Знать: методы сбора, анализа и обработки данных, инструментальные средства для обработки информации в соответствии с поставленной задачей по разработке и реализации коммуникационного продукта
Уметь: применять разнообразные инструментальные средства для обработки данных; делать выводы на основе полученных результатов
Владеть: современными методами сбора, обработки и анализа экономических и социальных данных, навыками накопления и систематизации необходимого материала по разработке и реализации коммуникационного продукта для написания выпускной квалификационной работы, представления результатов работы в соответствии с принятыми государственными стандартами
ПКп-2 : Способен комплексно оценивать социально-просветительские проекты и программы на основе изучения запросов и интересов с учётом возраста, образования, социальных, национальных, гендерных и других различий групп населения
Знать: теоретические основы и практические подходы к организации маркетинговых коммуникаций в сфере культуры и искусства при работе с разными категориями населения
Уметь: использовать современные методы исследований, технические средства и информационные технологии в подготовке и проведении социально-просветительных мероприятий с разными категориями населения в учреждениях культуры и искусства
Владеть: навыками самостоятельного научного исследования, анализа различных источников информации, необходимых для разработки социально-просветительских программ с разными категориями населения, и соответствующего методического обеспечения для отчета по преддипломной практике

3 СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИКИ

Наименование и содержание разделов (этапов)	Семестр	СР (часы)	Форма текущего контроля
Раздел 1. Организационно-подготовительный этап			
Этап 1. Вводная беседа о задачах преддипломной практики. Проведение организационного собрания и ознакомление студентов: – с целями и задачами предстоящей практики; – этапами и сроками прохождения практики; – требованиями, предъявляемыми к студентам со стороны руководителей практики; – индивидуальным заданием на практику с указаниями по его выполнению; – графиком консультаций руководителей практики; – сроками представления на кафедру отчетной документации и датой проведения дифференцированного зачета. Получение индивидуального задания на преддипломную практику, утвержденного зав. кафедрой, индивидуальная консультация с научным руководителем	8	2	С

Раздел 2. Исследовательский этап		
Этап 2. Изучение технологического процесса на производстве в соответствии с индивидуальным заданием на месте прохождения преддипломной практики.	40	П
Этап 3. Проведение подготовительной работы по выполнению индивидуального задания по преддипломной практике.	40	
Этап 4. Выполнение утвержденного задания по преддипломной практике. Сбор и анализ экспериментальных данных. Доработка проекта выпускной квалификационной работы	100	
Раздел 3. Заключительный этап		
Этап 5. Обобщение материалов, выводы. Оформление отчета по практике и других документов (отзыв руководителя практики от предприятия, приложений).	23,35	С,Пр
Этап 6. Подготовка материалов и презентации к защите	10	
Итого в семестре	215,35	
Промежуточная аттестация (Зачет с оценкой)		
Всего контактная работа и СР по дисциплине	215,35	

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
ПКо-1	определяет специфику маркетинговых решений при планировании и реализации коммуникационных кампаний в профессиональной сфере; самостоятельно выявляет коммуникационные проблемы, цели и инструменты маркетинга в профессиональной деятельности; самостоятельно планирует и разрабатывает коммуникационный продукт с использованием комплекса маркетинговых коммуникаций.
ПКп-1	отбирает методы сбора, анализа и обработки данных, инструментальные средства для обработки информации в соответствии с поставленной задачей по разработке и реализации коммуникационного продукта; применяет разнообразные инструментальные средства для обработки данных; делает выводы на основе полученных результатов; обосновывает собственную позицию в выборе методов сбора, обработки и анализа экономических и социальных данных, комментирует процесс накопления и систематизации необходимого материала по разработке и реализации коммуникационного продукта для написания выпускной квалификационной работы, способен представить результаты проведенной работы в соответствии с принятыми государственными стандартами.
ПКп-2	характеризует теоретические основы и практические подходы к организации маркетинговых коммуникаций в сфере культуры и искусства при работе с разными категориями населения; поясняет целесообразность использования современных методов исследований, технических средств и информационных технологий в подготовке и проведении социально-просветительных мероприятий с разными категориями населения в учреждениях культуры и искусства; обосновывает этапы и закономерности проведения самостоятельного научного исследования, анализа различных источников информации, необходимых для разработки социально-просветительских программ с разными категориями населения, и соответствующего методического обеспечения для подготовки отчета по преддипломной практике.

4.1.2 Система и критерии оценивания

Шкала оценивания	Критерии оценивания сформированности компетенций
	Устное собеседование
5 (отлично)	Обучающийся соблюдал сроки прохождения практики; отчетные материалы полностью соответствуют программе практики и имеют практическую ценность; индивидуальное задание выполнено полностью и на высоком уровне, получен

	положительный отзыв от предприятия; качество оформления отчета и презентации соответствуют требованиям. В процессе защиты отчета обучающийся дал полный, исчерпывающий ответ, явно демонстрирующий глубокое понимание предмета и широкую эрудицию в оцениваемой области.
4 (хорошо)	Обучающийся соблюдал сроки прохождения практики; отчетные материалы в целом соответствуют программе практики, содержат стандартные выводы и рекомендации практиканта; индивидуальное задание выполнено, получен положительный отзыв от предприятия; качество оформления отчета и презентации соответствуют требованиям. В процессе защиты отчета обучающийся дал полный ответ, основанный на проработке всех обязательных источников информации. Подход к материалу ответственный, но стандартный. Присутствуют небольшие пробелы в знаниях или несущественные ошибки.
3 (удовлетворительно)	Обучающийся соблюдал сроки прохождения практики; отчетные материалы в целом соответствуют программе практики, собственные выводы и рекомендации практиканта по итогам практики отсутствуют; индивидуальное задание выполнено с существенными ошибками, получен удовлетворительный отзыв от предприятия; качество оформления отчета и / или презентации имеют многочисленные несущественные ошибки. В процессе защиты отчета обучающийся дал ответ с существенными ошибками или пробелами в знаниях по некоторым разделам практики. Демонстрирует понимание содержания практики в целом, без углубления в детали.
2 (неудовлетворительно)	Обучающийся систематически нарушал сроки прохождения практики; отчетные материалы частично не соответствуют программе практики; не смог справиться с практической частью индивидуального задания, получен неудовлетворительный отзыв от предприятия; качество оформления отчета и / или презентации не соответствует требованиям. В процессе защиты отчета обучающийся продемонстрировал неспособность ответить на вопрос без помощи преподавателя, незнание значительной части принципиально важных практических элементов, многочисленные грубые ошибки. Обучающийся практику не проходил.

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 8	
1	Охарактеризуйте специфику маркетинговых решений при планировании и реализации коммуникационных кампаний в профессиональной сфере
2	Как вы выявляли коммуникационные проблемы, цели и инструменты маркетинга в процессе преддипломной практики
3	Как вы планировали и разрабатывали коммуникационный продукт с использованием комплекса маркетинговых коммуникаций
4	Как вы отбирали методы сбора, анализа и обработки данных, инструментальные средства для обработки информации в соответствии с поставленной задачей по разработке и реализации коммуникационного продукта
5	Какие инструментальные средства для обработки данных вы применяли
6	Обоснуйте собственную позицию в выборе методов сбора, обработки и анализа экономических и социальных данных
7	Прокомментируйте процесс накопления и систематизации необходимого материала по разработке и реализации коммуникационного продукта для написания выпускной квалификационной работы
8	Охарактеризуйте практические подходы к организации маркетинговых коммуникаций в сфере культуры и искусства при работе с разными категориями населения, применяемые вами в рамках преддипломной практики
9	Поясните целесообразность использования современных методов исследований, технических средств и информационных технологий в подготовке и проведении социально-просветительных мероприятий с разными категориями населения в учреждениях культуры и искусства
10	Обоснуйте этапы и закономерности проведения научного исследования в рамках преддипломной практики
11	К каким источникам информации, необходимым для разработки социально-просветительских программ с разными категориями населения, вы обращались для подготовки отчета по

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»

Положение о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся (принято на заседании Ученого совета 31.08.2013 г., протокол № 1)

4.3.2 Форма проведения промежуточной аттестации по практике

Устная Письменная Компьютерное тестирование Иная

4.3.3 Требования к оформлению отчётности по практике

По итогам прохождения практики студент предоставляет на кафедру следующую отчётную документацию:

- индивидуальный план практики;
- отчёт о прохождении практики (рабочие материалы);
- презентация по материалам практики.

Отчет готовится студентом индивидуально.

Объем отчета - 15-25 страниц.

Отзыв руководителя студент получает от руководителя самостоятельно

4.3.4 Порядок проведения промежуточной аттестации по практике

Результаты проведенного исследования представляются в виде презентации Microsoft PowerPoint

Отчет в одном экземпляре предоставляется на кафедру в распечатанном виде, оформленный по требованиям СПбГУПТД

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
Лямзин, О. Л.	Маркетинговые коммуникации	Новосибирск: Новосибирский государственный технический университет	2016	http://www.iprbookshop.ru/91382.html
5.1.2 Дополнительная учебная литература				
Степанов М. А.	Практика. Профиль "Реклама и связи с общественностью в отрасли (дизайне и моде)"	СПб.: СПбГУПТД	2018	http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=2018367
Жигалова Н. Г.	Практики. Профиль "Конгрессно-выставочная деятельность"	СПб.: СПбГУПТД	2018	http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=2018369

5.2 Перечень профессиональных баз данных и информационно-справочных систем

Netology.ru URL: <https://netology.ru/blog/>

Rusability – сайт об интернет-маркетинге, юзабилити, контент-маркетинге, SMM и креативе в инфографике, историях, трендах и аналитике URL: <https://rusability.ru/home>

Sostav – портал о рекламе, маркетинге, бизнесе, креативе и PR URL: <https://www.sostav.ru/>

5.3 Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения

Microsoft Windows

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

Аудитория	Оснащение
Лекционная аудитория	Мультимедийное оборудование, специализированная мебель, доска