

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна»  
(СПбГУПТД)

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\_ЗАО\_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: заочная

### План учебного процесса

Семестр		Сам. работа	Контроль, час.	Трудоё мкость, ЗЕТ	Форма промежуточной аттестации
2	УП	106,55	1,45	3	Зачет с оценкой
	ПП	106,55	1,45	3	
Итого	УП	106,55	1,45	3	
	ПП	106,55	1,45	3	

Санкт-Петербург  
2020

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

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

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

### 3 СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИКИ

Наименование и содержание разделов	○	□	CP
------------------------------------	---	---	----

(этапов)	местр	(часы)
Раздел 1. Раздел 1. Введение в учебную практику	2	
Этап 1. Вводный инструктаж по технике безопасности во время похождения практики.		14
Этап 2. Составление индивидуального плана-графика учебной практики. Знакомство с формой отчёта по практики.		8
Раздел 2. Раздел 2. Знакомство с рекламными отделами учреждений культуры и искусства		
Этап 3. Практиканты знакомятся с отделами / бюро / агентствами рекламы, занимающиеся маркетинговыми коммуникациями в учреждениях культуры и искусств. Анализируют организационную структуру отдела / бюро / агенства, направление профессиональной деятельности каждого специалиста. Описывают целевую аудиторию учреждения культуры и искусства и составляют SWOT- анализ.		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).		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.		18,55
Раздел 3. Раздел 3. Подведение итогов практики		
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.		18
Итого в семестре		106,55
Промежуточная аттестация (Зачет с оценкой)		
<b>Всего контактная работа и СР по дисциплине</b>		<b>106,55</b>

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

### 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](http://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