

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.В.04(Пд)** Производственная практика (преддипломная 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: Маркетинговые коммуникации в сфере культуры и искусств  
(специализация)

Уровень образования: бакалавриат

Форма обучения: заочная

### План учебного процесса

Семестр		Сам. работа	Контроль, час.	Трудоё мкость, ЗЕТ	Форма промежуточной аттестации
5	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	

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, утвержденным 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:

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

## 2 КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ПРОХОЖДЕНИЯ ПРАКТИКИ

<b>ПКо-1 : Способен применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта</b>
<b>Знать:</b> специфику маркетинговых решений при планировании и реализации коммуникационных кампаний в профессиональной сфере
<b>Уметь:</b> выявлять коммуникационные проблемы, цели и инструменты маркетинга в профессиональной деятельности
<b>Владеть:</b> навыками планирования и реализации коммуникационного продукта с использованием комплекса маркетинга
<b>ПКп-1: Способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности</b>
<b>Знать:</b> методы сбора, анализа и обработки данных, инструментальные средства для обработки информации в соответствии с поставленной задачей по разработке и реализации коммуникационного продукта
<b>Уметь:</b> применять разнообразные инструментальные средства для обработки данных; делать выводы на основе полученных результатов
<b>Владеть:</b> 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
<b>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</b>
<b>Знать:</b> теоретические основы и практические подходы к организации маркетинговых коммуникаций в сфере культуры и искусства при работе с разными категориями населения
<b>Уметь:</b> использовать современные методы исследований, технические средства и информационные технологии в подготовке и проведении социально-просветительских мероприятий с разными категориями населения в учреждениях культуры и искусства
<b>Владеть:</b> 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)
Раздел 1. Организационно-подготовительный этап		
<p>Этап 1. Вводная беседа о задачах преддипломной практики. Проведение организационного собрания и ознакомление студентов:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– с целями и задачами предстоящей практики;</li> <li>– этапами и сроками прохождения практики;</li> <li>– требованиями, предъявляемыми к студентам со стороны руководителей практики;</li> <li>– индивидуальным заданием на практику с указаниями по его выполнению;</li> <li>– графиком консультаций руководителей практики;</li> <li>– сроками представления на кафедру отчетной документации и датой проведения дифференцированного зачета.</li> </ul> <p>Получение индивидуального задания на преддипломную практику, утвержденного зав. кафедрой, индивидуальная консультация с научным руководителем</p>	5	2

Раздел 2. Исследовательский этап		
Этап 2. Изучение технологического процесса на производстве в соответствии с индивидуальным заданием на месте прохождения преддипломной практики.	40	
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	
Этап 6. Подготовка материалов и презентации к защите	10	
Итого в семестре	215,35	
Промежуточная аттестация (Зачет с оценкой)		
<b>Всего контактная работа и СР по дисциплине</b>	<b>215,35</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
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
Курс 5	
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»

##### 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
<b>5.1.1 Основная учебная литература</b>				
Лямзин, О. Л.	Маркетинговые коммуникации	Новосибирск: Новосибирский государственный технический университет	2016	<a href="http://www.iprbookshop.ru/91382.html">http://www.iprbookshop.ru/91382.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>				
Степанов М. А.	Практика. Профиль "Реклама и связи с общественностью в отрасли (дизайне и моде)"	СПб.: СПбГУПТД	2018	<a href="http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=2018367">http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=2018367</a>
Жигалова Н. Г.	Практики. Профиль "Конгрессно-выставочная деятельность"	СПб.: СПбГУПТД	2018	<a href="http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=2018369">http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=2018369</a>

### 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