

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: ФГОС3++_2020-2021_42.03.01_ИБК_ЗАО_Бренд-менеджмент.plx

Кафедра: **37** Рекламы и связей с общественностью

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

Профиль подготовки: Бренд-менеджмент
(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	

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 философских наук, Заведующий кафедрой

Степанов Михаил
Александрович

От выпускающей кафедры:
Заведующий кафедрой

Степанов Михаил
Александрович

Методический отдел: Макаренко С.В.

1 ВВЕДЕНИЕ К ПРОГРАММЕ ПРАКТИКИ

1.1 Цель практики: Комплексное освоение студентами всех видов профессиональной деятельности. Преддипломная практика направлена на углубление первоначального профессионального опыта обучающихся, развитие общих и профессиональных компетенций, проверку готовности обучающихся к самостоятельной трудовой деятельности, а также на подготовку к выполнению выпускной квалификационной работы (дипломного проекта или дипломной работы) в образовательных учреждениях системы профессионального образования.

1.2 Задачи практики:

- Выявление уровня сформированности профессиональных компетенций, определенных требованиями ФГОС ВО;
- выявление степени владения системой знаний, необходимых для практической деятельности;
- совершенствование умений и навыков, профессионального мастерства;
- формирование творческого мышления, индивидуального стиля профессиональной деятельности, исследовательского подхода к ней;
- определение степени готовности к самостоятельной профессиональной деятельности;
- проведение исследования с целью сбора материала для использования его в подготовке 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

Основы маркетинга

Медиатекст и основы копирайтинга

Управление капиталом бренда

Производственная практика (профессионально-творческая практика (в том числе проектная практика))

Производственная практика (профессионально-творческая практика)

Основы цифровых коммуникаций

Фирменный стиль и основы дизайна

Основы брендинга

Корпоративные коммуникации

Медиапланирование

Основы сторителлинга

Визуальный брендинг

Производственная практика (практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности)

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 применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникации
Знать: специфику функционирования различных технических средств, приемов и методов онлайн и офлайн коммуникации в процессе создания и реализации медиа и коммуникационного продукта.
Уметь: применять современные онлайн и офлайн технологии в профессиональной деятельности в сфере бренд-менеджмента.
Владеть: навыками использования технических средств, приемов и методов онлайн и офлайн коммуникации в процессе создания медиатекста и (или) медиапродукта, и (или) иного коммуникационного продукта в сфере брендменеджмента
ПКп-2: Способен осуществлять проектную деятельность в сфере рекламы и связей с общественностью в соответствии с поставленными проблемами, целями и задачами
Знать: практические особенности профессиональной деятельности; алгоритмы проектных решений в сфере брендменеджмента.
Уметь: анализировать и выявлять коммуникационные проблемы; оптимизировать систему управления брендом; применять методы и инструменты проектирования кампаний в сфере брендменеджмента.
Владеть: навыками практического использования инструментов управления брендом; оценки эффективности кампаний в сфере брендинга.

3 СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИКИ

Наименование и содержание разделов (этапов)	Семестр	СР (часы)
Раздел 1. Поиск, изучение, анализ и систематизация специальной литературы (иной документации), имеющих отношение к теме ВКР	5	
Этап 1. Подбор литературы, необходимой для написания ВКР.		20
Этап 2. Подбор нормативных актов, имеющих отношение к теме ВКР.		20
Этап 3. Анализ, систематизация и оформление списка используемой литературы. Создание аннотированного списка основной литературы.		20
Раздел 2. Отработка навыков использования нормативных технологических правовых документов разных уровней в практической работе.		
Этап 4. Работа в организации, предприятии или ином учреждении с целью отработки навыков использования нормативных документов.		16
Этап 5. Работа в организации, предприятии или ином учреждении с целью отработки навыков использования технологических документов и профессиональных видов деятельности.		36
Этап 6. Работа в организации, предприятии или ином учреждении с целью отработки профессиональных навыков (в зависимости от направления тематики ВКР)		20
Раздел 3. Организация и проведение запланированной проектной работы в соответствии с задачами ВКР.		
Этап 7. Организационная работа по подготовке проекта в соответствии с задачами ВКР.		20
Этап 8. Разработка проекта в соответствии с задачами ВКР.	48	
Раздел 4. Проведение апробации полученного результата работы и получение отзыва организации (базы практики)		
Этап 9. Апробация полученного результата ВКР	10	
Этап 10. Получение отзыва администрации организации. Предоставление отчета руководителям практики.	5,35	
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	описывает процесс планирования и реализации коммуникационных кампаний в маркетинговом аспекте. выявляет коммуникационные цели и задачи, возможные проблемы и оптимальные инструменты маркетинга в профессиональной деятельности. характеризует процесс планирования и реализации коммуникационного продукта
ПКп-1	описывает специфику различных технических средств онлайн и офлайн коммуникации в процессе разработки коммуникационного продукта. характеризует современные онлайн и офлайн технологии в применении к бренд-менеджменту использует лучшие практики онлайн и офлайн коммуникации в процессе создания коммуникационного продукта
ПКп-2	характеризует алгоритмы проектных решений в профессиональной сфере. выявляет коммуникационные проблемы и оптимизирует систему управления брендом использует инструменты эффективного управления брендом.

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 в целом выполнено с несущественными ошибками, получен положительный отзыв от предприятия; качество оформления отчета и / или презентации имеют несущественные ошибки. В процессе защиты отчета обучающийся дал стандартный ответ, в целом качественный, основан на всех обязательных источниках информации. Присутствуют небольшие пробелы в знаниях или несущественные ошибки.
3 (удовлетворительно)	Обучающийся нарушал 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 существенные ошибки. В процессе защиты отчета 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; отчетные материалы не соответствуют программе практики; получен неудовлетворительный отзыв от предприятия; отчет 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 5	
1	Охарактеризуйте основные методы исследований, которые использовались в процессе преддипломной практики. Какие методы использовались на каких этапах исследования.
2	Охарактеризуйте основные направления научных исследований в профессиональной сфере
3	Факторы, определяющие выбор темы научного исследования. Критерии обоснования темы ВКР.
4	Охарактеризуйте основные методы поиска информации, использованные для целей ВКР.
5	Виды планов научного исследования, требования, предъявляемые к плану ВКР.
6	Структура ВКР. Содержание этапов научного исследования.
7	Этические нормы научной работы.

8	Охарактеризовать принципы отбора содержания для разработки учебного процесса в целях реализации ВКР.
9	Какие методы организации различных видов исследовательской деятельности обучающихся применялись для решения задач ВКР.
10	Охарактеризуйте современные подходы к проектированию коммуникационного продукта.
11	Какие основные инновационные методы реализовались в ходе практики с целью решения задач ВКР.
12	Охарактеризуйте документы, использованные для разработки проекта.
13	Раскройте методы поиска и особенности работы с документами, применяемыми в процессе преддипломной практики.
14	Раскройте особенности применения различных контрольно-измерительных и контрольно-оценочных средств, применяемых в учебном заведении – базе практики.

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

4.3.4 Порядок проведения промежуточной аттестации по практике

Обучающийся допускается к аттестации при условии грамотного и своевременного выполнения индивидуального задания на преддипломную практику в соответствии с календарно – тематическим планом, заданий, полученных в организации, где проходила практика, при наличии отчёта по преддипломной практике и положительного отзыва администрации организации и руководителя ВКР.

Аттестация проходит в виде дифференцированного зачёта в форме устной презентации итогов практики.

5. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРАКТИКИ

5.1 Учебная литература

Автор	Заглавие	Издательство	Год издания	Ссылка
5.1.1 Основная учебная литература				
Башкарев, А. А.	Основы PR	Санкт-Петербург: Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого	2017	http://www.iprbookshop.ru/83303.html
Егорова, М. М., Логинова, Е. Ю., Швайко, И. Г.	Маркетинг	Саратов: Научная книга	2019	http://www.iprbookshop.ru/81021.html
Грачев А. С., Грачева С. А., Спирина Е. Г.	PR-служба компании	Москва: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа	2018	http://www.iprbookshop.ru/75229.html
5.1.2 Дополнительная учебная литература				
Бочаров М. П., Тишкова М. В., Чумиков А. Н.	PR в Интернете	Москва: Альпина Паблишер	2017	http://www.iprbookshop.ru/68014.html
Шпаковский В. О., Егорова Е. С.	PR-дизайн и PR-продвижение	Москва: Инфра-Инженерия	2018	http://www.iprbookshop.ru/78249.html
Пигулевский, В. О., Стефаненко, А. С.	Дизайн визуальных коммуникаций	Саратов: Вузовское образование	2018	http://www.iprbookshop.ru/75951.html
Зюзина, Н. Н.	Маркетинг в отраслях и сферах деятельности	Липецк: Липецкий государственный технический университет, ЭБС АСВ	2019	http://www.iprbookshop.ru/88795.html

Медведев, П. В., Федотов, В. А., Сидоренко, Г. А.	Научные исследования	Оренбург: Оренбургский государственный университет, ЭБС АСВ, ИПК «Университет»	2017	http://www.iprbookshop.ru/71293.html
Побединская, Е. А., Срыбная, П. И.	Технологии брендинга территории	Ставрополь: Северо- Кавказский федеральный университет	2018	http://www.iprbookshop.ru/92765.html
Шабашова, Л. А.	Маркетинговые исследования	Симферополь: Университет экономики и управления	2019	http://www.iprbookshop.ru/89492.html

5.2 Перечень профессиональных баз данных и информационно-справочных систем

Информационная система «Единое окно доступа к образовательным ресурсам. Раздел. Информатика и информационные технологии» [Электронный ресурс]. URL: http://window.edu.ru/catalog/?p_rubr=2.2.75.6

База данных Минэкономразвития РФ «Информационные системы Министерства в сети Интернет» [Электронный ресурс]. URL: <http://economy.gov.ru/minec/about/systems/infosystems/>

База открытых данных Минтруда России [Электронный ресурс]. URL: <https://rosmintrud.ru/opendata>
Федеральный образовательный портал «Экономика Социология Менеджмент» [Электронный ресурс]. URL: <http://ecsocman.hse.ru>

Базы данных информационного портала Restko.ru (Информационные системы рынка рекламы, маркетинга, PR – Базы рынка рекламы [Электронный ресурс]. URL: <https://www.restko.ru/>

База данных исследований Центра стратегических разработок [Электронный ресурс]. URL: <https://www.csr.ru/issledovaniya/>

Портал для официального опубликования стандартов Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии [Электронный ресурс]. URL: <http://standard.gost.ru/wps/portal/>

Официальный интернет-портал правовой информации (федеральная государственная информационная система) [Электронный ресурс]. URL: <http://pravo.gov.ru>

Министерство экономического развития Российской Федерации. Федеральная государственная информационная система территориального планирования [Электронный ресурс]. URL: <https://fgistp.economy.gov.ru/>

Электронно-библиотечная система IPRbooks [Электронный ресурс]. URL: <http://www.iprbookshop.ru/>

5.3 Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения

MicrosoftOfficeProfessional

Microsoft Windows

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

Материально-техническое оснащение учреждения, салона, парикмахерской - базы практики.

Аудитория	Оснащение
Компьютерный класс	Мультимедийное оборудование, компьютерная техника с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-
Лекционная аудитория	Мультимедийное оборудование, специализированная мебель, доска