

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» 06 2020 года

Программа практики

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

Учебный план: ФГОС3+_2020-2021_42.03.01_ВШПМ_ЗАО_PR_ в медиаиндустрии.plx

Кафедра: **38** Рекламы

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

Профиль подготовки: PR в медиаиндустрии
(специализация)

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, утвержденным приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 08.06.2017 г. № 512

Составитель (и):

кандидат философских наук, Доцент

Асташова
Владимировна

Ольга

От выпускающей кафедры:

Заведующий кафедрой

Смирнов Алексей
Викторович

Методический отдел:

1 ВВЕДЕНИЕ К ПРОГРАММЕ ПРАКТИКИ

1.1 Цель практики: закрепление и углубление полученных теоретических знаний; овладение необходимыми навыками и умениями по избранной специальности; расширение представлений о будущей профессиональной деятельности

1.2 Задачи практики:

- Закрепление теоретических знаний
- Развитие и накопление специальных навыков
- Усвоение приемов, методов и способов обработки учетной информации,
- Приобретение практических навыков в будущей профессиональной деятельности или в отдельных ее разделах.

1.3 Требования к предварительной подготовке обучающегося:

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

- Основы теории коммуникации
- Основы теории рекламного текста
- Теория и практика массмедиа
- Теория и практика рекламы
- Введение в коммуникационные специальности
- Информационно-коммуникационные технологии
- История рекламы и связей с общественностью
- Медиаиндустрия в гражданском обществе и массовая культура

2 КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ПРОХОЖДЕНИЯ ПРАКТИКИ

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-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
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-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
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-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-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-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-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.
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-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-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-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.

Наименование и содержание разделов (этапов)	Семестр	СР (часы)
Раздел 1. Организационный этап прохождения практики	2	
Этап 1. Участие в установочной конференции. Изучение содержания программы практики. Получение рекомендаций по выполнению заданий практики. Изучение научно-исследовательской и методической литературы. Ознакомление с методологией и методикой исследования материалов СМИ.		16
Этап 2. Выбор тематики и материалов для выполнения заданий по практике. Оформление документов для прохождения практики, индивидуальное планирование деятельности.		18
Раздел 2. Практический этап прохождения практики		
Этап 3. Сбор, обработка и анализ информации. Выявление особенностей рекламных и PR-сообщений в различных коммуникационных источниках (прессе, на радио и телевидении, в интернете). Анализ сообщений СМИ, рекламных и PR-материалов различных жанров.		18
Этап 4. Подготовка инструментария для проведения исследования публикаций средств массовой информации и медиатекстов по теме индивидуального задания. Проведение исследовательских работ по теме индивидуального задания.		18
Раздел 3. Итоговый этап прохождения практики		
Этап 5. Обработка и систематизация собранного фактического материала.		18
Этап 6. Подведение итогов исследования, написание и представление аналитического отчета по теме индивидуального задания. Презентация отчетных материалов.		18,55
Итого в семестре		106,55
Промежуточная аттестация (Зачет с оценкой)	1,45	
Всего контактная работа и СР по дисциплине		106,55

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	излагает методы и инструменты работы с информацией и данными. применяет методики и инструменты обработки различных данных; осуществляет критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения целей и задач профессиональной деятельности. обрабатывает большие объемы информации; анализирует информацию; системно подходит к решению задач профессиональной деятельности.

УК-2	<p>излагает основы правового и законодательного регулирования профессиональной деятельности; инструменты планирования и реализации проектной деятельности в решении профессиональных задач.</p> <p>формулирует цели и задачи профессиональной деятельности; определяет инструменты и методы решения профессиональных задач.</p> <p>проектирует решений профессиональных задач с учетом действующего законодательства.</p>
УК-3	<p>излагает правила, нормы, особенности и технологии межличностной и групповой коммуникации.</p> <p>применяет методы социального взаимодействия для реализации своей роли и коммуникаций внутри команды.</p> <p>эффективно взаимодействует и работает в команде.</p>
УК-4	<p>излагает правила и особенности деловой коммуникации в устной и письменной формах.</p> <p>осуществляет деловую коммуникацию в устной и письменной формах.</p> <p>применяет навыки деловых коммуникаций в устной и письменной форме в профессиональной сфере.</p>
УК-5	<p>излагает особенности различных культур в социально-историческом, этическом и философском контексте, специфику межличностного взаимодействия в профессиональной среде.</p> <p>эффективно осуществляет межличностную коммуникацию с учетом разнообразия межкультурного взаимодействия.</p> <p>общается в условиях межкультурного разнообразия общества в профессиональной среде.</p>
УК-6	<p>понимает принципы и инструменты самообразования, повышения профессиональной квалификации и профессионального роста</p> <p>эффективно управляет собственными интеллектуальными и материальными ресурсами.</p> <p>самосовершенствуется, развивает себя, повышает профессиональную квалификацию, построение комплексной системы развития профессиональных умений и навыков с учетом требований профессиональной сферы.</p>
УК-7	<p>понимает роль и значение активного и здорового образа жизни.</p> <p>применяет на практике разнообразные средства физической культуры, спорта для сохранения и укрепления здоровья в целях обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности.</p> <p>ведет активный и здоровый образа жизни для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности.</p>
УК-8	<p>излагает основные источники техногенных рисков на предприятии, признаки их возникновения и порядок действий в случае их реализации.</p> <p>описывает мероприятия по обеспечению безопасности производственной деятельности на предприятии.</p> <p>использует методы и средства защиты для обеспечения безопасных условий труда и в чрезвычайных ситуациях природного и техногенного происхождения.</p>
ОПК-1	<p>излагает отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ.</p> <p>выявляет ключевые характеристики, а также достоинства и недостатки медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов.</p> <p>работает с текстами рекламы и связей с общественностью и (или) иными коммуникационными продуктами различных жанров и форматов с учетом особенностей различных знаковых систем.</p>
ОПК-2	<p>излагает систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития в контексте профессиональной деятельности.</p> <p>анализирует систему общественных и государственных институтов на основе обработки актуальной медийной информации.</p> <p>использует медиа и коммуникационные продукты в процессе освещения деятельности общественных и государственных систем.</p>
ОПК-3	<p>излагает основные источники получения научно-практической информации в сфере отечественной и мировой культуры.</p> <p>выделяет культурные феномены, наиболее значимые для создания текстов рекламы и PR и иных коммуникационных продуктов.</p> <p>создает коммуникационные медиапродукты, используя потенциал отечественной и зарубежной культуры.</p>
ОПК-5	<p>излагает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях.</p>
	<p>выявляет политические, экономические механизмы функционирования медиакоммуникационных систем, их соответствие правовым и этическим нормам.</p> <p>изучает и анализирует формы функционирования медиакоммуникационных систем в рамках профессиональной деятельности.</p>
ОПК-7	<p>излагает методы оценки соответствия результатов профессиональной деятельности принципам социальной ответственности и нормам правового и этического регулирования.</p> <p>анализирует эффекты медиа и коммуникационного продукта и оценивать его соответствие принципам социальной ответственности и нормам правового и этического регулирования.</p> <p>оценивает и создает медиа и коммуникационные продукты в рамках правового и этического поля.</p>

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; 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; 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.
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; 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; не смог справиться с практической частью индивидуального задания; отчетные материалы частично не соответствуют программе практики; 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.

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	Какие вербальные и невербальные компоненты могут включаться в рекламный текст?
2	Какие коммуникативные типы рекламных текстов можно выделить?
3	В чем различие рациональных стратегий рекламирования (УТП, позиционирование, родовая стратегия, стратегия преимущества)?
4	В чем отличие эмоциональных стратегий рекламирования (имидж марки, стратегия резонанса, аффективная стратегия)?
5	Опишите основные принципы составления рекламных текстов и применяемые к ним требования.
6	Какие виды Digital-рекламы вы знаете?
7	Назовите основные виды и требования к наружной рекламе.
8	В чем состоят особенности транспорта как рекламоносителя?
9	Какие виды рекламы в соцсетях вы знаете?
10	В чем специфика внутренней (indoor) рекламы? Назовите виды внутренней рекламы.
11	Назовите функции и преимущества прямой почтовой рекламы.
12	Перечислите виды рекламоносителей? В чем достоинства и недостатки каждого вида?
13	Какие виды рекламы можно выделить в зависимости от рекламоносителей? Дайте их сравнительную характеристику.
14	Какие психологические моменты необходимо учитывать при разработке рекламной кампании?
15	Перечислите основные методы рекламного воздействия.
16	Какие нестандартные виды рекламоносителей вы знаете?
17	Перечислите отличия и сходства между рекламой и PR.
18	Принципы сегментирования рынка.
19	Каковы результаты (эффекты) воздействия средств массовой коммуникации на индивидуальное и массовое сознание?
20	Каковы функции средств массовой коммуникации на уровне индивида?
21	Каковы функции средств массовой коммуникации на уровне общества?

22	СМИ как каналы PR. Базовые принципы медиарилейшнз.
23	PR как особая форма массовой коммуникации.
24	Реклама как особая форма массовой коммуникации.
25	Понятия «информация», «массовая информация», «информационная деятельность». Классификация информации.
26	Характеристика и виды массовой информации.
27	Коммуникация как объект изучения. Определение понятий «коммуникация», «массовая коммуникация», «СМИ, СМК, «медиа», «массмедиа» «медиапространство», «медиакоммуникации», «медиасистемы».

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

Пояснительная записка, оформленная в соответствии с требованиями ГОСТ 7.32-2017 «Отчет о научно-исследовательской работе. Структура и правила оформления» и ГОСТ 7.1-2003 «Библиографическая запись. Библиографическое описание: Общие требования и правила составления».

4.3.4 Порядок проведения промежуточной аттестации по практике

Аттестация проводится на выпускающей кафедре на основании анализа содержания отчета по практике, собеседования, отзывов руководителей практики и оценки, выставленной обучающемуся на базе практики.

Если практика проводилась на выпускающей кафедре СПбГУПТД, оценку в отзыве проставляет руководитель практики от выпускающей кафедры. Если практика проводилась в профильной организации (структурном подразделении СПбГУПТД), оценку в отзыве проставляет руководитель практики от профильной организации (руководитель структурного подразделения СПбГУПТД).

Отчет по практике предоставляется в напечатанном виде и устно защищается. Студент делает доклад с презентацией, общая продолжительность которого не должна превышать 8-10 мин. Аттестация проводится на выпускающей кафедре на основании анализа содержания отчета по практике, собеседования, презентации, отзыва руководителей практики.

Оценку в отзыве проставляет руководитель практики от выпускающей кафедры.

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

Для успешного прохождения аттестации по практике обучающемуся необходимо получить оценку «удовлетворительно» при использовании традиционной шкалы оценивания.

Для оценивания результатов прохождения практики и выставления зачета с оценкой в ведомость и зачетную книжку используется традиционная шкала оценивания, предполагающая выставление оценки «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

По результатам аттестации оценку в ведомости и зачетной книжке 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				
Головлева Е. Л.	Массовые коммуникации и медиапланирование	Москва: Академический Проект	2016	http://www.iprbookshop.ru/60028.html
Асташова О. В.	Теория рекламного текста	СПб.: СПбГУПТД	2019	http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=20199339
Шпаковский В. О., Розенберг Н. В., Егорова Е. С.	Интернет-журналистика и интернет-реклама	Москва: Инфра-Инженерия	2018	http://www.iprbookshop.ru/78258.html

5.1.2 Дополнительная учебная литература				
Шамхалова, С. Ш.	Теле- и радиореклама. Секреты завоевания потребителей	Москва: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа	2019	http://www.iprbookshop.ru/83154.html
Васильева М. Г., Суханова О. В.	Современный российский медиадискурс	СПб.: СПбГУПТД	2017	http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=20179195
Савицкая В. Ю.	Основы рекламной деятельности	СПб.: СПбГУПТД	2018	http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=2018132
Богуславская В. В., Ерофеева И. В., Тепляшина А. Н., Толстокулакова Ю. В., Ерофеева И. В.	Моделирование медиатекста	Саратов: Ай Пи Эр Медиа	2018	http://www.iprbookshop.ru/79972.html

5.2 Перечень профессиональных баз данных и информационно-справочных систем

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

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