

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

«28» июня 2022 года

## Программа практики

**Б2.О.01(У)** Учебная практика (ознакомительная практика)

Учебный план: 2022-2023 38.03.02 ВШПМ Мен в медиабиз и полигр ОО №1-1-56.plx

Кафедра: **2** Полиграфического оборудования и управления

Направление подготовки:  
(специальность) 38.03.02 Менеджмент

Профиль подготовки: Менеджмент в медиабизнесе и полиграфии  
(специализация)

Уровень образования: бакалавриат

Форма обучения: очная

### План учебного процесса

Семестр		Контактн	Сам. работа	Контроль, час.	Трудоё мкость, ЗЕТ	Форма промежуточной аттестации
		Практ. занятия				
2	УП	17	90,75	0,25	3	Зачет с оценкой
	ПП	17	90,75	0,25	3	
Итого	УП	17	90,75	0,25	3	
	ПП	17	90,75	0,25	3	

Санкт-Петербург  
2022

Рабочая программа дисциплины составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент, утверждённым приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 12.08.2020 г. № 970

Составитель (и):

Старший преподаватель

\_\_\_\_\_

Банцер Екатерина  
Алексеевна

От выпускающей кафедры:  
Заведующий кафедрой

\_\_\_\_\_

Тараненко Елена

Методический отдел:

\_\_\_\_\_

## 1 ВВЕДЕНИЕ К ПРОГРАММЕ ПРАКТИКИ

**1.1 Цель практики:** формирование у обучающихся компетенций в области применения теоретических знаний и первичных практических навыков в процессе профессиональной деятельности в области менеджмента в медиаиндустрии

### 1.2 Задачи практики:

- ознакомление обучающихся с деятельностью отраслевых организаций /компаний/агентств в области медиаиндустрии; раскрыть сущность и охарактеризовать особенность организационной структуры, профессионально и отраслевой принадлежности медийных организаций и подразделений коммерческих и некоммерческих организаций;
- знакомство обучающихся со структурой рынка медиа услуг и типами медиа услуг;
- ознакомление обучающихся с особенностями профессиональной деятельности в сфере менеджмента в медиаиндустрии на начальном этапе карьеры.

### 1.3 Требования к предварительной подготовке обучающегося:

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

- Организационное поведение
- Теория организации
- Экономическая теория
- Деловые коммуникации и документирование
- Информационные технологии

## 2 КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ПРОХОЖДЕНИЯ ПРАКТИКИ

<b>УК-3: Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде</b>
<b>Знать:</b> порядок разработки организационных структур организации, положений о подразделениях, должностных инструкций
<b>Уметь:</b> работать в коллективе, выстраивать эффективные коммуникации с коллегами и руководством
<b>Владеть:</b> навыками работы в команде на основе знания процессов групповой динамики и принципов формирования команды
<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> механизмы устной и письменной коммуникации
<b>Уметь:</b> использовать необходимую информацию на русском языке
<b>Владеть:</b> навыками устной и письменной коммуникации
<b>УК-5: Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах</b>
<b>Знать:</b> методы определения специализации подразделений организации и производственных связей между ними
<b>Уметь:</b> разрабатывать план и программу внедрения наилучших практик и руководство системе коммуникаций и процессу взаимодействия в организации.
<b>Владеть:</b> навыком формирования системы коммуникаций и процесса взаимодействия в организации
<b>УК-9: Способен использовать базовые дефектологические знания в социальной и профессиональной сферах</b>
<b>Знать:</b> принципы, формы, методы и средства организации и осуществления процесса взаимодействия в инклюзивной среде
<b>Уметь:</b> строить процесс взаимодействия людей с нормальным и нарушенным развитием; выявлять эффективные и не эффективные способы организации взаимодействия субъектов
<b>Владеть:</b> здоровьесберегающими технологиями в профессиональной деятельности; способами организации совместной и индивидуальной деятельности в соответствии с нормами их развития; - способами выявления особых потребностей и потенциальных возможностей людей с ограниченными возможностями здоровья; основами дефектологического знания и этических учений, определяющих уважительное отношение к лицам с ограниченными возможностями здоровья и инвалидам
<b>ОПК-1: Способен решать профессиональные задачи на основе знаний (на промежуточном уровне) экономической, организационной и управленческой теории;</b>
<b>Знать:</b> типовые организационные формы и методы управления производством, рациональные границы их применения
<b>Уметь:</b> формировать базу данных и разрабатывать организационно управленческую документацию с использованием современных технологий электронного документооборота

**Владеть:** навыками создания качественной нормативно-методической базы планирования и проведения комплексного экономического анализа производственно-хозяйственной деятельности организации и ее структурных подразделений (отделов, цехов), отслеживание ее своевременного обновления

### 3 СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИКИ

Наименование и содержание разделов (этапов)	Семестр	Контактная работа	СР (часы)	Форма текущего контроля
		Пр. (часы)		
<b>Раздел 1. Организационная работа</b>	2			Пр
Этап 1. Изучение принципов, правил и методов организации работы менеджера медиаиндустрии; должностных инструкций, правила техники безопасности, нормы социального взаимодействия; действующих в подразделениях нормативно-правовых актов по его функциональному предназначению, режиму работы, структуре данной организации.		3	15	
Этап 2. Организационная структура предприятия. Описание предприятия, сферы деятельности, структуры компании, нормативной документации.		3	15	
<b>Раздел 2. Аналитическая работа</b>				Пр
Этап 3. Выполнение индивидуальных заданий. Исследования сегмента рынка, в котором функционирует предприятие, должностные инструкции специалистов по коммуникационным специальностям и особенность их работы в той или иной отрасли (по профилям или направлениям работы компании). Конкурентный анализ сферы деятельности предприятия. Описание целевой аудитории (с применением географических, демографических, психографических и поведенческих критериев сегментирования). SWOT-анализ. Создание презентации микроисследования.		3	15	
Этап 4. Сбор и обобщение материалов, необходимых для подготовки отчетных документов о практике.		3	21,75	
<b>Раздел 3. Коммуникационная работа</b>				
Этап 5. Участие в лекториях и конференциях по практике.		2	14	
Этап 6. Презентация и защита отчета по практике.		3	10	
Итого в семестре		17	90,75	
Промежуточная аттестация (Зачет с оценкой)	0,25			
<b>Всего контактная работа и СР по дисциплине</b>		17,25	90,75	

#### 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-3	<p>Называет основные типы и этапы разработки организационных структур организации, положений о подразделениях, содержание должностных инструкций менеджера медиаиндустрии.</p> <p>Организовывает работу в коллективе, выстраивает эффективные коммуникации с коллегами и руководством.</p> <p>Реализует грамотный подход при формировании команды, на основе знания процессов групповой динамики и принципов построения команды.</p>
УК-4	<p>Характеризует механизмы устной и письменной коммуникации.</p> <p>Использует необходимую информацию на русском языке для осуществления профессиональной деятельности медиаменеджера.</p> <p>Осуществляет устную и письменную коммуникации в организации практики.</p>
УК-5	<p>Описывает методы определения специализации подразделений организации и производственных связей между ними.</p> <p>Разрабатывает план коммуникаций и анализирует процессы взаимодействия в организации.</p> <p>Осуществляет формирование системы коммуникаций и процесса взаимодействия в организации медиаиндустрии.</p>
УК-9	<p>Формулирует основные принципы, формы, методы и средства организации и осуществления процесса взаимодействия в инклюзивной среде.</p> <p>Осуществляет процесс взаимодействия людей с нормальным и нарушенным развитием, анализируя эффективные и не эффективные способы организации взаимодействия.</p> <p>Применяет здоровьесберегающие технологии в практике менеджмента организации медиаиндустрии; организует совместную и индивидуальную деятельность, учитывая особые потребности и потенциальные возможности людей с ограниченными возможностями здоровья, а также реализует уважительное отношение к сотрудникам.</p>
ОПК-1	<p>Характеризует типовые организационные формы и методы управления производством, рациональные границы их применения.</p> <p>Формирует и анализирует базу данных и разрабатывает организационно-управленческую документацию с использованием современных технологий электронного документооборота, принятой в организации.</p> <p>Создают качественную нормативно-методическую базу планирования и проведения комплексного экономического анализа производственно-хозяйственной деятельности организации медиаиндустрии и ее структурных подразделений, отслеживание необходимости ее своевременного обновления.</p>

#### 4.1.2 Система и критерии оценивания

Шкала оценивания	Критерии оценивания сформированности компетенций
	Устное собеседование
5 (отлично)	Обучающийся дает полный, исчерпывающий ответ, явно демонстрирующий глубокое понимание вопроса и широкую эрудицию в оцениваемой области. Демонстрирует критический, оригинальный подход к поставленному вопросу. Понимание целей и задач практики.
4 (хорошо)	Ответ стандартный, качественный. Демонстрирует ориентирование в источниках информации. Присутствуют небольшие пробелы в знаниях или несущественные ошибки.
3 (удовлетворительно)	Ответ неполный, основанный только на учебных материалах, содержащий существенные ошибки или пробелы в знаниях сразу по нескольким темам, незнание важных терминов. Отсутствие связи с конкретной практической деятельностью.
2 (неудовлетворительно)	Непонимание заданного вопроса. Неспособность ответить на дополнительные вопросы. Попытка списывания, использования неразрешенных технических устройств.

#### 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 2	
1	Методы и инструменты работы с информацией и данными в профессиональной деятельности.
2	Специфика коммуникационных продуктов различных жанров и форматов с учетом особенностей различных знаковых систем.
3	Достоинства и недостатки медиатекстов, и медиапродуктов, коммуникационных продуктов.
4	Критический анализ информации из открытых источников
5	Особенности медиатекстов, медиапродуктов и коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ;

6	Методы и средства защиты для обеспечения безопасных условий труда и в чрезвычайных ситуациях природного и техногенного происхождения.
7	Основные источники техногенных рисков на предприятии, признаки их возникновения и порядок действий в случае их реализации.
8	Характеристики медиа и коммуникационных продуктов в рамках правового и этического поля.
9	Принципы социальной ответственности и нормы правового и этического регулирования.
10	Методы оценки соответствия результатов профессиональной деятельности принципам социальной ответственности и нормам правового и этического регулирования.
11	Правила, методы и нормы устной и письменной деловой коммуникации в профессиональной сфере.
12	PEST – анализ – для определения влияющих на организацию факторов макросреды.
13	Анализ 5-ти конкурентных сил М. Портера – для анализа внешней микросреды организации.
14	SWOT- анализ – для выявления внутренних сильных и слабых сторон, внешних возможностей и угроз выбранной фирмы – потенциальной базы практики.
15	Анализ внешней и внутренней маркетинговой среды организации с использованием необходимых методов
16	Анализ фирменного стиля организации (логотип, фирменный знак, цветовая гамма, шрифт, слоган). Если нет, разработать и обосновать варианты.
17	Описать косвенных конкурентов (по одному из критериев: целевой аудитории, ценовому сегменту, ассортименту)
18	Описать прямых конкурентов (по целевой аудитории, ценовому сегменту, ассортименту);
19	Дайте характеристику основных нормативных документов, инструкций, положений, регламентирующими рекламную и PR-деятельность предприятия/организации/агентства, а также отдела (подразделения), которую вы посетили.
20	Проанализируйте и опишите коммуникационную деятельность организации/компании/агентства.
21	Дайте характеристику внешней и внутренней коммуникационной среды организации/компании/агентства.
22	Опишите опыт планирования в организации медиа, применяемый в практике данной организации.
23	Проанализируйте и опишите средства и методы, применяемые при планировании, подготовке и проведении социологических исследований в зависимости от сферы деятельности организации.
24	Укажите основные показатели оценки эффективности менеджмента в организациях медиаиндустрии, применяемые в практике данной организации.
25	Правовое и законодательное регулирование профессиональной деятельности.
26	Межличностные коммуникации в профессиональной деятельности.
27	Методики командообразования в профессиональной деятельности.
28	Особенности межкультурного диалога в профессиональной среде.
29	Национальные и культурные стереотипы в профессиональной деятельности.
30	Профессиональный портрет менеджера медиаиндустрии. Требования к профессиональным умениям и навыкам специалиста в области медиаменеджера.
31	Факторы совершенствования профессиональной деятельности специалиста. Траектории саморазвития.
32	Основы и принципы освещения деятельности государственных и общественных институтов в СМИ.
33	Культурологические аспекты создания коммуникационного и медиа продукта.
34	Социальная ответственность и особенности профессиональной деятельности специалиста по коммуникациям в чрезвычайных ситуациях.
35	Сущность и особенности функционирования медиакоммуникационной системы региона.
36	Оценка эффективности медиа и коммуникационного продукта.
37	Правила и принципы организации труда менеджера медиаиндустрии.

#### 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

Отчетность по прохождению учебной практики представляет собой презентацию письменного отчета по практике, ответа на устные вопросы руководителю практики на кафедре. Отчет должен быть оформлен в строгом соответствии с установленными образцами и шаблонами. Отчет должен включать в себя письменные комментарии студента по выполненным заданиям практики. Отчет должен носить аналитический характер, описывать практическую деятельность студента.

Оформить отчёт необходимо в виде аналитической записки: объем отчета о прохождении практики должен составлять не более 5-7 страниц (не включая формальные бланки) формата А4, набранных 14 шрифтом Times New Roman через 1.5 интервала, поля стандартные левое – 3см, правое 1 см, верхнее и нижнее по 2 см.

#### 4.3.4 Порядок проведения промежуточной аттестации по практике

Каждому студенту дается список вопросов по практике. На подготовку к презентации отчета и ответу на вопросы дается 15 минут. Преподаватель задает один или несколько устных вопросов и переходит к оценке письменного отчета.

### 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>				
Дорофеева, Л. И.	Менеджмент	Москва: Ай Пи Ар Медиа	2021	<a href="http://www.iprbookshop.ru/110571.html">http://www.iprbookshop.ru/110571.html</a>
Сорокина, Т. И.	Стратегический менеджмент	Тюмень: Государственный аграрный университет Северного Зауралья	2021	<a href="https://www.iprbookshop.ru/117669.html">https://www.iprbookshop.ru/117669.html</a>
<b>5.1.2 Дополнительная учебная литература</b>				
Горкина, М. Б.	Пять шагов от менеджера до PR-директора	Москва: Альпина Бизнес Букс	2019	<a href="http://www.iprbookshop.ru/82765.html">http://www.iprbookshop.ru/82765.html</a>
Кузьминов, А. В.	Управление персоналом организации	Симферополь: Университет экономики и управления	2019	<a href="http://www.iprbookshop.ru/89499.html">http://www.iprbookshop.ru/89499.html</a>
Александров, И. Н., Бурмистров, А. Н., Вилькен, В. В., Десфонтейнес, Л. Г., Евсеева, С. А., Калинина, О. В., Паршуков, А. Е., Пирогова, О. Е., Рассказова, О. А., Синявина, М. П., Калининой, О. В.	Стратегическое управление персоналом	Санкт-Петербург: Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого	2021	<a href="https://www.iprbookshop.ru/116151.html">https://www.iprbookshop.ru/116151.html</a>
Никифорова, Л. Е., Цуриков, С. В., Разомасова, Е. А.	Современный стратегический анализ	Москва: Ай Пи Ар Медиа	2021	<a href="http://www.iprbookshop.ru/108247.html">http://www.iprbookshop.ru/108247.html</a>
Голикова И. В., Голикова Ю. А.	Менеджмент. Практикум	Санкт-Петербург: СПбГУПТД	2019	<a href="http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=2019355">http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=2019355</a>

#### 5.2 Перечень профессиональных баз данных и информационно-справочных систем

Электронно-библиотечная система IPRbooks [Электронный ресурс]. URL: <http://www.iprbookshop.ru/>  
Федеральный образовательный портал «Экономика Социология Менеджмент» [Электронный ресурс]. URL: <http://ecsocman.hse.ru>

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

#### 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
Учебная аудитория	Специализированная мебель, доска
Компьютерный класс	Мультимедийное оборудование, компьютерная техника с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду