

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

« 21 » февраля 2023 года

Программа практики

Б2.В.04(Пд) Производственная практика (преддипломная практика)

Учебный план: 2023-2024 42.03.01 ИБК МКСКИ ЗАО 1-3-51.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
2023

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 Минобрнауки России 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:

Дисциплина базируется на компетенциях, сформированных на предыдущем уровне образования

Организация музейно-выставочных проектов

Организация фестивалей культуры и искусства

Всемирное культурное наследие

Современная художественная культура

Основы научного исследования в сфере культуры и искусства

Социология художественной культуры

Креативные технологии в рекламе и PR

Культурные институции и социальное взаимодействие

Внутренние коммуникации и корпоративная культура

Практика рекламной фотографии

Охрана культурного наследия

Популяризация народной художественной культуры

Этика научного исследования

Введение в стрит-арт

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

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

Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы

Дисциплина базируется на компетенциях, сформированных на предыдущем уровне образования

2 КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ПРОХОЖДЕНИЯ ПРАКТИКИ

ПК-3: Способен проводить научно-исследовательскую работу в культурно-просветительной сфере
Знать: инструментальные средства изучения маркетинговых коммуникаций в сфере культуры и искусства.
Уметь: применять исследовательские практики для обработки эмпирических данных, делать выводы на основе полученных результатов.
Владеть: навыками систематизации исследовательского материала для разработки коммуникационного продукта в сфере культуры и искусства.
ПК-4: Способен выбирать темы публикаций (разрабатывать сценарии) маркетинга проектов культуры и искусства
Знать: актуальные практики маркетинговых исследований в сфере культуры и искусства.
Уметь: использовать современные информационные технологии в подготовке и проведении социально-просветительных проектов в учреждениях культуры и искусства.
Владеть: навыками самостоятельного поиска и анализа различных источников информации, способствующих разработке социально-просветительских проектов для разных категорий населения.

3 СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИКИ

Наименование и содержание разделов	У	Ф	СР
------------------------------------	---	---	----

(этапов)	местр	(часы)
Раздел 1. Организационно-подготовительный этап	5	
Этап 1. Вводная беседа о задачах преддипломной практики. Проведение организационного собрания и ознакомление студентов: – с целями и задачами предстоящей практики; – этапами и сроками прохождения практики; – требованиями, предъявляемыми к студентам со стороны руководителей практики; – индивидуальным заданием на практику с указаниями по его выполнению; – графиком консультаций руководителей практики; – сроками представления на кафедру отчетной документации и датой проведения дифференцированного зачета. Получение индивидуального задания на преддипломную практику, утвержденного зав. кафедрой, индивидуальная консультация с научным руководителем		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)		
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
ПК-3	- ориентируется в сфере выбора методик научно-исследовательской деятельности в культурно-просветительской сфере - самостоятельно отбирает методики и инструменты проведения научных исследований в сфере культуры и искусств

	- осуществляет научные исследования в профессиональной деятельности
ПК-4	- самостоятельно осуществляет поиск информации об актуальных запросах и потребностях аудитории для подготовки публикаций (разработки сценариев) в сфере культуры и искусства - характеризует основные параметры разработки сценариев, подготовки публикаций в сфере культуры и искусства - самостоятельно разрабатывает сценарии, готовит публикации по проблематике культуры и искусства

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 преддипломной практике

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
5.1.1 Основная учебная литература				
Плотникова, Ю. С.	Маркетинговые исследования	Омск: Омский государственный технический университет	2021	https://www.iprbooks.hop.ru/124834.html
Куликова О. М., Тропынина Н. Е.	Маркетинговые исследования	Санкт-Петербург: СПбГУПТД	2021	http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=202154
Родина Л Н	Маркетинговые исследования рынка. Организация и проведение практических работ	Санкт-Петербург: СПбГУПТД	2022	http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=202210
5.1.2 Дополнительная учебная литература				
Степанов М. А.	Практика. Профиль "Реклама и связи с общественностью в отрасли (дизайне и моде)"	СПб.: СПбГУПТД	2018	http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=2018367
Жигалова Н. Г.	Практики. Профиль "Конгрессно-выставочная деятельность"	СПб.: СПбГУПТД	2018	http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=2018369

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