

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.В.04(Пд)**

Производственная практика (преддипломная практика)

Учебный план: 2022-2023 42.04.01 ИБК Бренд-комм ЗАО №2-3-38.plx

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

Направление подготовки:  
(специальность) 42.04.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки: Бренд-коммуникации  
(специализация)

Уровень образования: магистратура

Форма обучения: заочная

### План учебного процесса

Семестр		Сам. работа	Контроль, час.	Трудоё мкость, ЗЕТ	Форма промежуточной аттестации
3	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  
2022

Рабочая программа дисциплины составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденным приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 08.06.2017 г. № 528

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:** Формирование компетенций обучающихся в сферах исследовательской деятельности в профессиональной сфере, организации и управления коммуникационными процессами и презентации проведенных работ.

**1.2 Задачи практики:**

Закрепление знаний аналитических концепций в сферах прикладных коммуникаций, рекламной деятельности и связях с общественностью.

Закрепление умений самостоятельной разработки стратегий, концепций и методологии исследования в профессиональной области.

Закрепление навыков самостоятельного написания аналитического текста, представления результатов самостоятельного исследования.

**1.3 Требования к предварительной подготовке обучающегося:**

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

Брендинг в отраслях и сферах деятельности

Бренд-консалтинг

Деловой иностранный язык

Основы цифровой экономики

Цифровые технологии в профессиональной сфере

Производственная практика (научно-исследовательская работа)

Стратегические бренд-коммуникации

Редактирование в рекламной и PR-деятельности

Маркетинговый анализ и аудит бизнес-процессов

Основы научных исследований в профессиональной сфере

Академическое письмо

Интегрированные маркетинговые коммуникации

Медiateкст в информационном пространстве

Методологические основы медиадискурса

Инновационный брендинг

Управление коммуникационным агентством

Управление проектами

Производственная практика (научно-исследовательская практика)

Производственная практика (профессионально-творческая практика, включая проектную деятельность)

Производственная практика (профессионально-творческая практика)

Правовые основы защиты интеллектуальной собственности

## 2 КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ПРОХОЖДЕНИЯ ПРАКТИКИ

<b>ПК-3: Способен к разработке, тестированию и внедрению инновационных товаров (услуг), созданию нематериальных активов (брендов) и управлению ими в организации</b>
--

<b>Знать:</b> комплекс современных и инновационных технических средств, применяемых в бренд-коммуникациях.
--

<b>Уметь:</b> применять инновационные технологии и технические средства разработки и реализации медиа и коммуникационного продукта
--

<b>Владеть:</b> навыками внедрения и интеграции современных цифровых технологий в процесс планирования, разработки и реализации бренд-коммуникаций
--

<b>ПК-2: Способен планировать и контролировать маркетинговую деятельность организации</b>
---

<b>Знать:</b> методики и технологии проектно-аналитической, исследовательской деятельности в профессиональной сфере.
--

<b>Уметь:</b> применять в профессиональной деятельности методики исследований и использовать результаты исследований в процессе реализации бренд-коммуникаций.
--

<b>Владеть:</b> навыками проектирования бренд-коммуникаций на основе проведенных исследований в области рекламы и связей с общественностью.
---

<b>ПК-1: Способен планировать и координировать деятельность подразделения рекламы и связей с общественностью</b>
<b>Знать:</b> специфику функционирования профессиональной деятельности в области управления брендом.
<b>Уметь:</b> планировать, организовывать и управлять коммуникационной деятельностью компании в соответствии с принципами и нормами профессиональной сферы
<b>Владеть:</b> навыками осуществления организационно-управленческой деятельностью в процессе осуществления бренд-коммуникаций.
<b>ПК-4: Способен проводить маркетинговое исследование в сфере бренд-коммуникаций с использованием инструментов комплекса маркетинга</b>
<b>Знать:</b> методы и технологии проектно-аналитической маркетинговой деятельности в сфере бренд-коммуникаций
<b>Уметь:</b> комплексно использовать маркетинговый инструментарий в процессе реализации бренд-коммуникаций.
<b>Владеть:</b> навыками управления бренд-коммуникациями с учетом результатов маркетинговых исследований.

### 3 СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИКИ

Наименование и содержание разделов (этапов)	Семестр	СР (часы)
<b>Раздел 1. Организационный</b>	3	
Этап 1. Ознакомление с общими условиями и правилами прохождения преддипломной практики (научно-исследовательской работы). Получение задания на практику. Составление плана научно-исследовательской работы, согласно заданию на практику.		10
Этап 2. Обсуждение этапов научно-исследовательской работы с руководителем предстоящей работы. Ознакомление с правилами оформления отчетов и методикой представления результатов практики. Установление периодичности встреч с руководителем и этапов отчетности о проделанной работе.		10
<b>Раздел 2. Теоретический</b>		
Этап 3. Работа с информационными, справочными, реферативными и другими изданиями по проблеме исследования: обновление информационно-теоретических источников, корректировка библиографии по теме магистерской диссертации		16
Этап 4. Творческий анализ возможных способов решения выявленной проблемы. Выбор способа апробации теоретической модели. Систематизация теоретического материала в соответствии с разработанной концепцией. Обобщение результатов и представление их в виде доклада.	16	
<b>Раздел 3. Исследовательский</b>		
Этап 5. Выбор способа верификации и структурирования эмпирического материала исследования. Выбор и фиксация информации из различных источников. Развитие навыков самоорганизации исследовательской деятельности.	36	

Этап 6. Систематизация и осмысление результатов эмпирических исследований. Оформление результатов в виде раздела выпускной квалификационной работы магистра или в виде научной статьи (материалов к ней).	36
Раздел 4. Организационно-оформительский	
Этап 7. Написание и оформление отчета по преддипломной практике. Сбор и оформление иллюстративного материала к отчету, выпускной квалификационной работе и к статье (докладу). Определение места и роли выполненных исследований и полученных результатов в выпускной квалификационной работе магистра	27
Этап 8. Представление отчета: презентация, защита, утверждение. Участие в интерактивном занятии по обсуждению результатов преддипломной практики группы магистрантов	64,35
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
ПК-1	описывает специфику функционирования подразделений коммуникаций в области управления брендом. характеризует управление коммуникационной деятельностью компании в соответствии с принципами и нормами профессиональной сферы планирует организационно-управленческую деятельность в процессе осуществления бренд-коммуникаций.
ПК-2	характеризует проектно-аналитическую, исследовательскую деятельность в профессиональной сфере. адекватно использует результаты маркетинговых исследований в процессе реализации бренд-коммуникаций. проектирует бренд-коммуникации на основе проведенных маркетинговых исследований в области рекламы и связей с общественностью.
ПК-3	характеризует комплекс современных и инновационных технических средств, применяемых в бренд-коммуникациях. предлагает инновационные технологии и технические средства разработки и реализации стратегии бренда; внедряет современные инновационные технологии в процесс управления коммуникациями бренда.
ПК-4	описывает особенности маркетинговой деятельности в сфере бренд-коммуникаций характеризует маркетинговый инструментарий используемый в реализации бренд-коммуникаций. разрабатывает программу управления бренд-коммуникациями

###### 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 научного руководителя; качество оформления отчета 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 научного руководителя; качество оформления отчета 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, получен удовлетворительный отзыв от научного руководителя; качество оформления отчета 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 научного руководителя; качество оформления отчета 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 3	
1	Из чего состоит комплекс современных технологий, применяемых в бренд-коммуникациях?
2	Какие инновационные технологии применяются в разработке коммуникационного продукта?
3	Каково значение цифровых технологий в процесс планирования, разработки и реализации бренд-коммуникаций?
4	Организационно-управленческие особенности брендинга.
5	Управленческая специфика коммуникационной деятельности компании (в зависимости от масштаба).
6	Процедура отбора лучших организационно- управленческих практик бренд-коммуникаций.
7	Этапы научно- исследовательской работы в профессиональной сфере.
8	Структура плана научного исследования.
9	Структура аналитической записки по проведенным научным исследованиям в профессиональной сфере.

#### 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

##### 4.3.4 Порядок проведения промежуточной аттестации по практике

Аттестация по итогам практики проводится на основании защиты оформленного отчета и отзыва научного руководителя практики. В комиссию по приему практики входят научный руководитель практики и научный руководитель магистранта. По итогам положительной аттестации магистру выставляется дифференцированная оценка (отлично, хорошо, удовлетворительно).

Отчет о преддипломной практике (научно-исследовательской работе) составляется в соответствии с программой практики и дополнительными указаниями научного руководителя практики.

Отчет о практике должен быть изложен на 10-15 страницах. В нем освещаются следующие моменты: место и время прохождения практики; описание выполняемой работы по отдельным разделам программы практики; анализ наиболее сложных и интересных научных предложений, изученных магистрантом на практике; указания на затруднения, которые встретились при прохождении практики. Отчет о преддипломной практике и все материалы ее прохождения в соответствии с перечнем, указанным в программе и методических указаниях магистр должен представить в течение 5 дней по завершении практики.

К отчету о преддипломной практике необходимо приложить:

1. Индивидуальное задание на научно-исследовательскую практику;
2. Отзыв руководителя практики.

## 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>				
Коротков, А. В.	Маркетинговые исследования	Москва: ЮНИТИ-ДАНА	2017	<a href="http://www.iprbookshop.ru/71235.html">http://www.iprbookshop.ru/71235.html</a>
Кузнецова, Е. В.	Деловые коммуникации	Саратов: Вузовское образование	2017	<a href="http://www.iprbookshop.ru/61079.html">http://www.iprbookshop.ru/61079.html</a>
Михалкин, Н. В.	Методология и методика научного исследования	Москва: Российский государственный университет правосудия	2017	<a href="http://www.iprbookshop.ru/65865.html">http://www.iprbookshop.ru/65865.html</a>
Родионова, Н. В.	Методы исследования в менеджменте. Организация исследовательской деятельности. Модуль 1	Москва: ЮНИТИ-ДАНА	2017	<a href="http://www.iprbookshop.ru/74894.html">http://www.iprbookshop.ru/74894.html</a>
Пещеров, Г. И., Слоботчиков, О. Н.	Методология научного исследования	Москва: Институт мировых цивилизаций	2017	<a href="http://www.iprbookshop.ru/77633.html">http://www.iprbookshop.ru/77633.html</a>
<b>5.1.2 Дополнительная учебная литература</b>				
Скибицкая, И. Ю., Э. Г.	Деловые коммуникации	Новосибирск: Новосибирский государственный архитектурно-строительный университет (Сибстрин), ЭБС АСВ	2017	<a href="http://www.iprbookshop.ru/85883.html">http://www.iprbookshop.ru/85883.html</a>

### 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](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/>

Реферативная и справочная база данных рецензируемой литературы Scopus [Электронный ресурс]. URL: <https://www.scopus.com>

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

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