

УТВЕРЖДАЮ
Первый проректор, проректор по
УР

_____ А.Е.Рудин

Программа практики

Б2.В.04(Пд)

Производственная практика (преддипломная практика)

Учебный план: 2024-2025 42.03.01 ИБК Бренд-мен ОО №1-1-10.plx

Кафедра: **60** Бренд-коммуникаций

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

Профиль подготовки: Бренд-менеджмент
(специализация)

Уровень образования: бакалавриат

Форма обучения: очная

План учебного процесса

Семестр		Сам. работа	Контроль, час.	Трудоё мкость, ЗЕТ	Форма промежуточной аттестации
8	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, утверждённым приказом Минобрнауки России от 08.06.2017 г. № 512

Составитель (и):

кандидат философских наук, Заведующий кафедрой

Хамаганова
Владимировна

Ксения

От выпускающей кафедры:
Заведующий кафедрой

Хамаганова
Владимировна

Ксения

Методический отдел:

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:

Экономика

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

Управление лояльностью и создание потребительской ценности бренда

Психология брендинга

Маркетинговое планирование и аудит брендов

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

Бренд-технологии

Стратегический брендинг

Digital-технологии в брендинге

Персональный брендинг

Брендинг территорий

Управление брендинговым агентством

2 КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ПРОХОЖДЕНИЯ ПРАКТИКИ

УК-9: Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности

Знать: специфику экономической деятельности предприятий/организаций в профессиональной сфере; - особенности различных типов рынков и их влияние на деятельность предприятий; - принципы расчета основных экономических показателей, характеризующих деятельность компании.

Уметь: собирать и анализировать информацию об экономической деятельности компаний в профессиональной сфере; - проводить анализ ресурсов и их классификацию; - применять экономические показатели для обоснования экономических решений

Владеть: навыками исследования экономических процессов на рынке; - навыками экономической оценки ресурсов в профессиональной сфере; - навыками исследования процессов в профессиональной сфере с использованием экономических показателей

ПК-1: Способен разрабатывать маркетинговую стратегию для продукции СМИ

Знать: основы работы с маркетинговой информацией, технологии сбора, обработки и анализа.

Уметь: уметь выявлять факторы, определяющие потребительский спрос и ключевые характеристики целевой аудитории потребителей.

Владеть: навыками планирования и формирования коммуникационных стратегий бренда

ПК-4: Способен проводить работы по реализации стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

Знать: принципы работы рекламных контекстно-медийных систем

Уметь: использовать профессиональные платформы и сервисы для планирования и реализации коммуникационных кампаний.

Владеть: навыками создания, контроля и оптимизации коммуникационной кампании в сети Интернет.

3 СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИКИ

Наименование и содержание разделов (этапов)	Семестр	СР (часы)	Форма текущего контроля
Раздел 1. Поиск, изучение, анализ и систематизация специальной литературы (иной документации), имеющих отношение к теме ВКР	8		О
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	О
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, с целью отработки профессиональных навыков (в зависимости от направления тематики ВКР).		36	
Этап 6. Анализ специфики экономической деятельности предприятий/организаций в профессиональной сфере. Сбор и анализ информации об экономической деятельности компаний в профессиональной сфере. Анализ ресурсов и их классификация, с применением экономических показателей для обоснования экономических решений в хозяйственно-экономической деятельности предприятия.		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)		О	
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
УК-9	описывает типологию рынков, определяет критерии анализа экономической деятельности компании, характеризует принципы принятия решений в хозяйственно-экономической деятельности предприятия. отбирает, структурирует и анализирует информацию о хозяйственно-экономической деятельности предприятия, с учетом анализа ресурсов, показателей предприятия и внешних факторов рынка. анализирует и оценивает экономические процессы на рынке, включая различные экономические факторы, которые влияют на деятельность предприятия.
ПК-1	характеризует основные методы сбора, обработки и анализа маркетинговой информации проводит анализ целевой аудитории, определяет потребительский спрос и его влияние на производственную деятельность предприятия. планирует и разрабатывает коммуникационную стратегию бренда
ПК-4	характеризует производственную деятельность рекламных контекстно-медийных систем применяет современные цифровые платформы и сервисы для планирования и реализации коммуникационных кампаний. планирует, разрабатывает, реализует, оптимизирует и оценивает эффективность коммуникационных кампаний в онлайн и офлайн пространстве

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
Семестр 8	
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 отчётности по практике

Отчетность по прохождению производственной 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 индивидуальным 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 менее 7-10 страниц (не включая формальные бланки) формата А4, набранных 14 шрифтом Times New Roman через 1,5 интервала, поля стандартные левое – 3 см, правое 1 см, верхнее и нижнее по 2 см

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 практики и положительного отзыва администрации организации и руководителя ВКР.

Аттестация проходит в виде дифференцированного зачёта в форме устной презентации итогов практики и предоставлению письменного отчета о проделанной студентом работе.

5. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРАКТИКИ

5.1 Учебная литература

Автор	Заглавие	Издательство	Год издания	Ссылка
-------	----------	--------------	-------------	--------

5.1.1 Основная учебная литература				
Побединская, Е. А., Срыбная, П. И.	Технологии брендинга территории	Ставрополь: Северо-Кавказский федеральный университет	2018	http://www.iprbookshop.ru/92765.html
Симонян, Т. В., Князева, Ю. С.	Брендинг	Ростов-на-Дону: Донской государственный технический университет	2018	https://www.iprbookshop.ru/118026.html
Шарков Ф.И.	Интегрированные коммуникации: реклама, паблик рилейшнз, брендинг:	Москва: Дашков и К	2018	https://ibooks.ru/reading.php?short=1&productid=342403
Селезнева Л.В.	Подготовка рекламного и PR-текста	Москва: Российский государственный социальный университет	2020	https://ibooks.ru/reading.php?short=1&productid=350734
Терентьев, Ю. В.	Проектирование брендинговых кампаний	Санкт-Петербург: Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна	2020	https://www.iprbookshop.ru/118411.html
5.1.2 Дополнительная учебная литература				
Грачев, А. С., Грачева, С. А., Спирина, Е. Г.	PR-служба компании	Москва: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа	2020	http://www.iprbookshop.ru/87616.html
Милюкова, А. Г.	Теория и практика связей с общественностью и рекламы. Антикризисный PR. Методические материалы и кейсы	Саратов: Вузовское образование	2020	http://www.iprbookshop.ru/96768.html
Пигулевский, В. О., Стефаненко, А. С.	История дизайна. Вещи и бренды	Саратов: Вузовское образование	2018	https://www.iprbookshop.ru/75952.html
Чумиков, А. Н., Бочаров, М. П., Тишкова, М. В.	PR в Интернете: web 1.0, web 2.0, web 3.0	Москва: Альпина Паблишер	2020	http://www.iprbookshop.ru/96860.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

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