

УТВЕРЖДАЮ  
Первый проректор, проректор  
по УР

\_\_\_\_\_ А.Е.Рудин

## Программа практики

**Б2.В.04(Пд)**

Производственная практика (преддипломная практика)

Учебный план: 2025-2026 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.<br>работа | Контроль,<br>час. | Трудоё<br>мкость,<br>ЗЕТ | Форма<br>промежуточной<br>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, утвержденным приказом Минобрнауки России от 08.06.2017 г. № 512

Составитель (и):

кандидат философских наук, доцент

\_\_\_\_\_

Хамаганова Ксения  
Владимировна

От выпускающей кафедры:

Заведующий кафедрой

\_\_\_\_\_

Савицкая Вероника  
Юрьевна

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. Организационная работа (поиск, изучение, анализ и систематизация специальной литературы/документации), имеющих отношение к теме ВКР  | 8       |           | О                       |
| Этап 1. Формулирование задания на практику. Определение базы исследования. Изучение научно-исследовательской и методической литературы   |         | 20        |                         |
| Этап 2. Описание предприятия (Организационная структура предприятия. Описание сферы деятельности, структуры компании, нормативной документации и экономических показателей, документооборота - Устав, должностные инструкции и др.).   |         | 30        |                         |
| Этап 3. Изучение, систематизация и оформление списка используемой литературы. Создание аннотированного списка основной литературы.   |         | 26        | О                       |
| Раздел 2. Аналитическая работа (анализ коммуникационной активности предприятия (базы практики))  |         |           |                         |
| Этап 4. Анализ целевой аудитории. Описание целевой аудитории с применением критериев сегментирования   |         | 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).  |         | 20        |                         |
| Раздел 3. Проектная деятельность   |         | О         |                         |
| Этап 6. Определение цели, задач, сроков реализации коммуникационного проекта для предприятия   | 20      |           |                         |
| Этап 7. Проектные решения по совершенствованию коммуникативной деятельности предприятия (раздел ВКР):<br><br>1. Разработка платформы бренда (миссия, ценности. УТП, марочные ассоциации);<br>2. Разработка рекламных материалов по продвижению бренда;<br>3. Разработка PR-материалов по продвижению бренда;<br>4. Разработка дополнительных маркетинговых коммуникаций по продвижению бренда (DM, стимулирование, Guerilla Marketing) | 68      |           |                         |
| Раздел 4. Апробация ВКР  |         | О         |                         |
| Этап 8. Апробация полученного результата ВКР (написание научных статей/тезисов по теме ВКР)  | 10      |           |                         |

|  |  |        |  |
|--|--|--------|--|
| Этап 9. Получение отзыва администрации предприятия. Предоставление отчета руководителю практики. |  | 5,35   |  |
| Итого в семестре   |  | 215,35 |  |
| Промежуточная аттестация (Зачет с оценкой)   |  |        |  |
| <b>Всего контактная работа и СР по дисциплине</b>  |  | 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.<br>отбирает, структурирует и анализирует информацию о хозяйственно-экономической деятельности предприятия, с учетом анализа ресурсов, показателей предприятия и внешних факторов рынка.<br>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<br>проводит анализ целевой аудитории, определяет потребительский спрос и его влияние на производственную деятельность предприятия.<br>планирует и разрабатывает коммуникационную стратегию бренда  |
| ПК-4            | характеризует производственную деятельность рекламных контекстно-медийных систем<br>применяет современные цифровые платформы и сервисы для планирования и реализации коммуникационных кампаний.<br>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 отчёта 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 |
|-------|----------|--------------|-------------|--------|
|-------|----------|--------------|-------------|--------|

| <b>5.1.1 Основная учебная литература</b>       |  |  |      |   |
|--|--|--|------|---|
| Терентьев, Ю. В.                               | Проектирование брендинговых кампаний   | Санкт-Петербург: Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна | 2020 | <a href="https://www.iprbooks.hop.ru/118411.html">https://www.iprbooks.hop.ru/118411.html</a>                                       |
| Селезнева Л.В.                                 | Подготовка рекламного и PR-текста  | Москва: Квант Медиа  | 2020 | <a href="https://ibooks.ru/reading.php?short=1&amp;productid=350734">https://ibooks.ru/reading.php?short=1&amp;productid=350734</a> |
| Хамаганова К. В.                               | Основы брендинга   | Санкт-Петербург: СПбГУПТД  | 2022 | <a href="http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=202214">http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=202214</a>       |
| Хамаганова К. В.                               | Бренд-менеджмент   | Санкт-Петербург: СПбГУПТД  | 2023 | <a href="http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=202343">http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=202343</a>       |
| <b>5.1.2 Дополнительная учебная литература</b> |  |  |      |   |
| Побединская, Е. А., Срыбная, П. И.             | Технологии брендинга территории  | Ставрополь: Северо-Кавказский федеральный университет  | 2018 | <a href="http://www.iprbookshop.ru/92765.html">http://www.iprbookshop.ru/92765.html</a>   |
| Симонян, Т. В., Князева, Ю. С.                 | Брендинг   | Ростов-на-Дону: Донской государственный технический университет                                    | 2018 | <a href="https://www.iprbooks.hop.ru/118026.html">https://www.iprbooks.hop.ru/118026.html</a>                                       |
| Шарков Ф.И.                                    | Интегрированные коммуникации: реклама, паблик рилейшнз, брендинг:                                      | Москва: Дашков и К   | 2018 | <a href="https://ibooks.ru/reading.php?short=1&amp;productid=342403">https://ibooks.ru/reading.php?short=1&amp;productid=342403</a> |
| Милюкова, А. Г.                                | Теория и практика связей с общественностью и рекламы. Антикризисный PR. Методические материалы и кейсы | Саратов: Вузовское образование   | 2020 | <a href="http://www.iprbookshop.ru/96768.html">http://www.iprbookshop.ru/96768.html</a>   |
| Грачев, А. С., Грачева, С. А., Спирина, Е. Г.  | PR-служба компании   | Москва: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа   | 2020 | <a href="http://www.iprbookshop.ru/87616.html">http://www.iprbookshop.ru/87616.html</a>   |
| Пигулевский, В. О., Стефаненко, А. С.          | История дизайна. Вещи и бренды   | Саратов: Вузовское образование   | 2018 | <a href="https://www.iprbooks.hop.ru/75952.html">https://www.iprbooks.hop.ru/75952.html</a>   |
| 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 | <a href="http://www.iprbookshop.ru/96860.html">http://www.iprbookshop.ru/96860.html</a>   |
| Хамаганова К. В.                               | Основы брендинга   | Санкт-Петербург: СПбГУПТД  | 2022 | <a href="http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=2022115">http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=2022115</a>     |
| Евстигнеева, Т. В.                             | Основы бренд-менеджмента   | Ульяновск: Ульяновский государственный технический университет                                     | 2022 | <a href="https://www.iprbooks.hop.ru/129287.html">https://www.iprbooks.hop.ru/129287.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/>

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

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  |