

УТВЕРЖДАЮ  
Первый проректор, проректор  
по УР

\_\_\_\_\_ А.Е.Рудин

## Программа практики

**Б2.О.02(П)**

Производственная практика (практика по получению опыта и навыков проектной деятельности)

Учебный план: 2025-2026 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
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	

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, Доцент

\_\_\_\_\_

Кадер Амир Магид

От выпускающей кафедры:  
Заведующий кафедрой

\_\_\_\_\_

Вильчинская-  
Бутенко Марина  
Эдуардовна

Методический отдел:

\_\_\_\_\_

## 1 ВВЕДЕНИЕ К ПРОГРАММЕ ПРАКТИКИ

**1.1 Цель практики:** развитие, углубление и закрепление полученных знаний, умений и навыков проектно-аналитической деятельности

### 1.2 Задачи практики:

- знакомство с условиями работы предприятия; обеспечением, организацией производственного процесса; корпоративным стилем; современными компьютерными технологиями проектирования; этапами проектной деятельности; потребностями аудиторий;
- формирование и закрепление умений и навыков проектирования в условиях реального производственного процесса на основе потребностей аудиторий;
- совершенствование навыков разработки и научного обоснования проектов и программ;
- накопление практического опыта по поиску идей, проектирования и разработке новых форм и средств рекламы и связей с общественностью в соответствии с потребностями различных аудиторий;
- приобретение и развитие практических компетенций, необходимых при разработке и реализации информационного и технологического обеспечения профессиональной деятельности (рекламной и PR).

### 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

Теория и практика связей с общественностью

Социология и психология массовых коммуникаций

Основы маркетинга

Основы цифровых коммуникаций

Информационно-коммуникационные технологии

Теория и практика рекламы

Фирменный стиль и основы дизайна

Дисциплина базируется на компетенциях, сформированных на предыдущем уровне образования

## 2 КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ПРОХОЖДЕНИЯ ПРАКТИКИ

<b>ОПК-4: Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности</b>
<b>Знать:</b> технологии проведения исследований запросов и потребностей аудитории в процессе осуществления профессиональной деятельности
<b>Уметь:</b> представлять результаты исследования запросов и потребностей аудитории в процессе разработки и реализации проектов.
<b>Владеть:</b> навыками использования результатов исследований аудитории коммуникационных проектов.
<b>ОПК-6: Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности</b>
<b>Знать:</b> назначение и характеристики технических средств, информационно-коммуникационные технологии применяемые в профессиональной сфере.
<b>Уметь:</b> применять цифровые технологии и средства в процессе проектирования медиа и коммуникационных продуктов.
<b>Владеть:</b> навыками проектирования коммуникационного продукта с использованием современных информационных технологий.

## 3 СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИКИ

Наименование и содержание разделов (этапов)	Семестр	СР (часы)
Раздел 1. Подготовительный этап	3	
Этап 1. Вводный инструктаж. Беседа с руководителем, определение видов учебной деятельности бакалавра на время прохождения практики. Разработка индивидуального графика прохождения практики, самоанализа и обсуждения результатов.		20
Раздел 2. Деятельностный этап		

Этап 2. Знакомство с учредительными документами предприятия, корпоративной культурой, фирменным стилем	40
Этап 3. Сбор информации о клиенте: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Поло-демографические данные;</li> <li>• Семейное положение, профессия, доход;</li> <li>• Преобладающие эмоции, характер, интересы;</li> <li>• Какая у него проблема(мы) и зачем он покупает услугу/товар;</li> <li>• Какие разделы он смотрит на сайте, куда кликает или какие вопросы задает по телефону;</li> <li>• По каким критериям он выбирает услугу/товар;</li> <li>• Что может повлиять на его решение о покупке;</li> <li>• Возражения.</li> </ul>	40
Этап 4. Методики анализа: 1) Техника выявления потребностей целевой аудитории по телефону. Сбор отзывов или опросник. Структура отзыва: 1. Имя, возраст, чем занимается покупатель; 2. С какой столкнулся проблемой? 3. Как узнал о продукте/услуге и почему решил попробовать? 4. Какие страхи и сомнения были до приобретения? 5. Что сыграло решающую роль при покупке? 6. Как изменилась жизнь? Решилась ли проблема после приобретения услуги/товара? 2) Отчёты Яндекс.Метрики Сбор базовой информации о географии пользователей, половозрастных характеристиках, оценка релевантности поисковых запросов пользователя по отношению к посещаемым страницам и разделам сайта предприятия. 3) Яндекс.Вордстат Сбор базовых потребностей покупателя: как клиент формулирует свою проблему, потребность, желание 4) Форумы, блоги, обсуждения в социальных сетях, сайты-отзовики Анализ массива информации и выявление ключевых потребностей аудитории	60
Этап 5. Структурирование материала, полученного в процессе анализа ЦА: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Выделение главных «аватаров» покупателя;</li> <li>• Схематичное, но подробное описание его особенностей и всего, что удалось выяснить по использованным методикам;</li> <li>• Для каждого возражения, критерия выбора, потребности - разработка предложений (чем именно (какой выгодой?) следует закрыть эти позиции на сайте, в магазине, в разговоре с клиентом)</li> </ul>	34
Раздел 3. Завершающий этап	
Этап 6. Подведение итогов. Подготовка отчета по практике и презентации	21,35
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
ОПК-4	самостоятельно осуществляет поиск информации об актуальных запросах и потребностях аудитории в процессе осуществления профессиональной деятельности, характеризует основные параметры, запросы и потребности отдельных аудиторий, самостоятельно разрабатывает проект изучения запросов и потребностей разных типов аудитории.
ОПК-6	раскрывает специфику технических средств и информационно-коммуникационных технологий, применяемых в профессиональной деятельности; с помощью преподавателя осуществляет отбор программного обеспечения для решения профессиональных задач; самостоятельно решает профессиональные задачи с применением программного обеспечения на всех этапах разработки проекта.

###### 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; 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; 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; 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)	Студент демонстрирует сформированность дисциплинарных компетенций на уровне ниже базового, проявляется недостаточность знаний, умений, навыков. Отчет не соответствует заявленной теме; работа студента не является самостоятельной, показывает отсутствие методической грамотности; в отзыве руководителя практики содержатся принципиальные критические замечания; проект нуждается в принципиальной доработке (готовность менее 50%) или полной переработке. Студент 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 3	
1	Каким образом осуществлялась обработка научной и методической литературы по теме проекта
2	Как осуществлялась систематизация и обобщение полученной теоретической информации и ее перевод в практическую плоскость

3	Вызывало ли затруднения выполнение индивидуальных заданий руководителя практики
4	Охарактеризуйте основные параметры, запросы и потребности отдельных целевых аудиторий
5	Как Вы выявили запросы и потребности разных типов аудитории?
6	Какие технические средств и информационно-коммуникационные технологии Вы применяли в процессе прохождения практики?
7	Какова специфика технических средств и информационно-коммуникационных технологий, которые Вы применяли в процессе прохождения практики?
8	Каким программным обеспечением для решения задач практики вы пользовались?
9	Как Вы осуществляли отбор программного обеспечения для решения задач 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

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.

Содержание отчета включает:

- 1) план прохождения практики;
- 2) график работы студента по разработке проекта;
- 3) методика исследования аудитории; результаты исследования аудитории по выбранной методике; рекомендации студента по оптимизации работы предприятия с аудиторией (имеющейся и новой)
- 4) Самоанализ проведенного исследования (основные итоги, этапность, сложности, перспективность реализации)

Объем отчета - 15-25 страниц.

Отзыв руководителя студент получает от руководителя самостоятельно

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

Самоанализ проведенного исследования представляется 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
<b>5.1.1 Основная учебная литература</b>				
Сенаторов, А. А., Никольского, А.	Контент-маркетинг: стратегии продвижения в социальных сетях	Москва: Альпина Паблицер	2020	<a href="http://www.iprbookshop.ru/93026.html">http://www.iprbookshop.ru/93026.html</a>
Атрушкевич Е.Б.	Маркетинг. Конспект лекций в структурно-логических схемах	Санкт-Петербург: СПбГУПТД	2020	<a href="http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=20205109">http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=20205109</a>
Куликова О. М., Тропынина Н. Е.	Маркетинговые исследования	Санкт-Петербург: СПбГУПТД	2021	<a href="http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=202154">http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=202154</a>
<b>5.1.2 Дополнительная учебная литература</b>				
Есикова, И. В.	Искусство «убивать» информацией, или Партизанский маркетинг	Саратов: Ай Пи Эр Медиа	2019	<a href="http://www.iprbookshop.ru/79632.html">http://www.iprbookshop.ru/79632.html</a>

Загребельный, Г. В., Боровик, М. Ю., Меркулович, Т. В., Фролкин, И. Ю.	Performance-маркетинг: заставьте интернет работать на вас	Москва: Альпина Паблицер	2020	<a href="http://www.iprbookshop.ru/93031.html">http://www.iprbookshop.ru/93031.html</a>
Томасова, Д. А.	Развитие и применение дизайн-мышления в маркетинговых исследованиях	Саратов: Вузовское образование	2021	<a href="http://www.iprbookshop.ru/110122.html">http://www.iprbookshop.ru/110122.html</a>

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

1. Информационная система «Единое окно доступа к образовательным ресурсам»[Электронный ресурс].

URL: <http://window.edu.ru/>

2. Электронная библиотека учебных изданий СПбГУПТД: <http://publish.sutd.ru>

## 5.3 Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения

MicrosoftOfficeProfessional

## 5.4 Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по практике

Стандартно оборудованная аудитория

Аудитория	Оснащение
Лекционная аудитория	Мультимедийное оборудование, специализированная мебель, доска