

УТВЕРЖДАЮ
Первый проректор, проректор
по УР

_____ А.Е.Рудин

Программа практики

Б2.В.02(П)

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

Учебный план: 2025-2026 42.04.01 ИБК Бренд-комм ЗАО №2-3-38.plx

Кафедра: **60** Бренд-коммуникаций

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

Профиль подготовки:
(специализация) Бренд-коммуникации

Уровень образования: магистратура

Форма обучения: заочная

План учебного процесса

Семестр		Сам. работа	Контроль, час.	Трудоёмкость, ЗЕТ	Форма промежуточной аттестации
3	УП	323,35	0,65	9	Зачет с оценкой
	ПП	323,35	0,65	9	
Итого	УП	323,35	0,65	9	
	ПП	323,35	0,65	9	

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 Минобрнауки России от 08.06.2017 г. № 528

Составитель (и):

кандидат культурологии, Доцент, Заведующий
кафедрой

Савицкая Вероника
Юрьевна

От выпускающей кафедры:
Заведующий кафедрой

Савицкая Вероника
Юрьевна

Методический отдел:

1 ВВЕДЕНИЕ К ПРОГРАММЕ ПРАКТИКИ

1.1 Цель практики: Сформировать компетенции обучающихся в сфере проектной деятельности по избранному направлению профессионально-творческой активности.

1.2 Задачи практики:

познакомить с принципами предпроектного исследования и проектной деятельности: поиска, сбора и систематизации материалов;

дать представления об этапах и жизненных циклах проектов в сфере коммуникаций;

закрепить навык по созданию текста рекламы и связей с общественностью и (или) иного коммуникационного продукта.

1.3 Требования к предварительной подготовке обучающегося:

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

Теория и философия медиакоммуникаций

Основы научных исследований в профессиональной сфере

Маркетинговый анализ и аудит бизнес-процессов

Управление проектами

Теория и практика кураторства

Планирование карьеры и основы лидерства

Интегрированные маркетинговые коммуникации

2 КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ПРОХОЖДЕНИЯ ПРАКТИКИ

УК-2: Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла
Знать: принципы разработки и реализации проектов в профессиональной сфере.
Уметь: планировать, разрабатывать и реализовывать профессионально-творческую проектную деятельность.
Владеть: навыками разработки и управления проектом; навыками оценки эффективности проектов в профессиональной деятельности
ПК-1: Способен планировать и координировать деятельность подразделения рекламы и связей с общественностью
Знать: методы и инструменты планирования и реализации коммуникационной стратегии, коммуникационного проекта;
Уметь: применять методы, технологии и принципы организации коммуникационных кампаний в профессиональной деятельности.
Владеть: навыками осуществления бренд- коммуникаций с учетом норм и требований профессиональной сферы.
ПК-2: Способен планировать и контролировать маркетинговую деятельность организации
Знать: специфику проектирования маркетингового исследования в профессиональной сфере.
Уметь: отбирать эффективные средства и инструменты проведения исследования в профессиональной сфере.
Владеть: навыками творческого подхода к проектированию маркетинговых исследований в области рекламы и связей с общественностью.
ПК-3: Способен к разработке, тестированию и внедрению инновационных товаров (услуг), созданию нематериальных активов (брендов) и управлению ими в организации
Знать: принципы и инструменты проектирования медиа и коммуникационного продукта с использованием различных инновационных средств.
Уметь: внедрять современные управленческие решения в процессе проектирования различных медиа и коммуникационных продуктов; применять нормы и правила функционирования профессиональной отрасли.
Владеть: навыками творческого решения профессиональных задач в области проектирования коммуникационного и (или) иного медиа продукта с использованием современных технологических решений и инноваций

ПК-4: Способен проводить маркетинговое исследование в сфере бренд-коммуникаций с использованием инструментов комплекса маркетинга
Знать: принципы и инструменты проведения маркетингового исследования в бренд-коммуникациях.
Уметь: использовать в процессе проектирования коммуникационных продуктов инструменты комплекса маркетинга
Владеть: навыками эффективного решения профессиональных задач в области проектирования коммуникационного продукта с использованием современных маркетинговых решений и инструментов

3 СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИКИ

Наименование и содержание разделов (этапов)	Семестр	СР (часы)
Раздел 1. Организационный этап прохождения практики	3	
Этап 1. Организация профессионально-творческой деятельности. Изучение содержания программы практики. Цели, задачи, содержание практики. Особенности прохождения практики на разных этапах. Формулирование индивидуальных заданий. Получение рекомендаций по выполнению заданий практики. Изучение научно-исследовательской и методической литературы. Ознакомление с методологией и методикой исследования материалов.		38
Этап 2. Выбор тематики и материалов для выполнения заданий по практике. Оформление документов для прохождения практики, индивидуальное планирование деятельности. Подготовка к выполнению индивидуального задания. Разработка плана исследования, определение методологии, обоснование подхода к исследованию, работа с категориальным аппаратом.		41,35
Раздел 2. Оперативный этап прохождения практики		
Этап 3. Выполнения индивидуального задания. Работа с открытыми источниками, базами данных, поиск материалов для проведения исследования. Формулировка целей, выбор и оценка проектного решения. Командная работа (вариативно): Матрица ответственности. Формирование проектной команды.		142
Этап 4. Составление отчетных материалов, подведение итогов. Обобщение материалов, выводы, прогнозы, рекомендации. Резюме проекта. Правила оформления и основы презентации проекта. Презентация материалов исследования в виде устного доклада с презентациями. Питч-проекта.	102	
Итого в семестре		323,35
Промежуточная аттестация (Зачет с оценкой)		
Всего контактная работа и СР по дисциплине		323,35

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-1	характеризует методы и инструменты планирования и реализации коммуникационного проекта; отбирает эффективные методы, технологии и принципы организации коммуникационных кампаний; разрабатывает проект коммуникаций бренда
ПК-2	описывает специфику проектирования маркетинговой деятельности в профессиональной сфере; характеризует эффективные средства и инструменты проведения маркетингового исследования; проектирует маркетинговые исследования в брендинге.
ПК-3	описывает ход проектирования медиа и коммуникационного продукта с использованием различных инновационных средств; внедряет современные управленческие решения в процессе проектирования коммуникационной деятельности; разрабатывает проекты коммуникационной деятельности, с опорой на инновации.
УК-2	характеризует общие принципы разработки и реализации коммуникационных проектов; составляет план реализации проекта в профессиональной сфере; осуществляет управление проектом на разных жизненных циклах проекта.
ПК-4	характеризует ведущие принципы и инструменты проведения маркетингового исследования в бренд-коммуникациях. внедряет в процессе проектирования коммуникационных продуктов инструменты комплекса маркетинга предлагает современные маркетинговые решения и инструменты для решения профессиональных задач в области проектирования коммуникационного продукта

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 результаты имеют практическую ценность; индивидуальное задание выполнено полностью и на высоком уровне, качество оформления текста соответствуют требованиям. В процессе защиты отчетных материалов 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 практике, содержат стандартные выводы и рекомендации; индивидуальное задание выполнено, качество оформления текста соответствуют требованиям. В процессе защиты отчетных материалов 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, качество оформления отчетных материалов имеют многочисленные несущественные ошибки. В процессе защиты отчетных материалов 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, качество оформления отчетных материалов не соответствует требованиям. В процессе защиты отчетных материалов 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	Опишите этапы жизненного цикла проекта в сфере коммуникаций
2	Дайте системное описание проектной деятельности в сфере коммуникаций.
3	Опишите этапы разработки коммуникационного продукта
4	В чем особенности креативных индустрий и коммуникационных и медиа продуктов в этой сфере?
5	Каковы принципы организации деятельности коллектива в проектной деятельности?
6	Составьте план эффективного взаимодействия в проектной команде и распределите обязанности среди специалистов коллектива.
7	Составьте проект-программу оперативного контроля процесса создания коммуникационных продуктов в контексте трансформаций креативных индустрий.
8	Назовите и охарактеризуйте на Ваш взгляд актуальные информационно-коммуникационные ресурсы профессиональной сферы
9	Дайте описание наиболее актуальных на Ваш взгляд проектов в сфере коммуникаций
10	Приведите пример лучших практик креативных индустрий в приложении в контексте профессиональной сферы.
11	Приведите пример использования научно-информационных баз данных по исследованиям в области профессиональных коммуникаций.
12	Назовите открытые и специализированные источники профессиональных данных.

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. Отчет должен носить аналитический характер, описывать практическую деятельность магистранта: описываются все результаты, разработки, исследования и т.п., полученные в ходе прохождения практики и выполнение индивидуального задания; формулируются основные выводы по работе и указываются новые знания, умения, практический, в т.ч. социальный опыт, приобретенные в процессе практики.

Оформить отчёт необходимо в виде аналитической записки: объем отчета о прохождении практики должен составлять не более 5-7 страниц (не включая формальные бланки) формата А4, набранных 14 шрифтом Times New Roman через 1,5 интервала, поля стандартные левое – 3см, правое 1 см, верхнее и нижнее по 2 см.

4.3.4 Порядок проведения промежуточной аттестации по практике

Программа практики предусматривает устную защиту презентации по результатам исследования. Проводится в конце недели, отведенной на прохождение практики.

5. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРАКТИКИ

5.1 Учебная литература

Автор	Заглавие	Издательство	Год издания	Ссылка
5.1.1 Основная учебная литература				
Головлева, Е. Л.	Массовые коммуникации и медиапланирование	Москва: Академический проект	2020	http://www.iprbookshop.ru/110054.html

Азоев Г. Л., ред.	Цифровые маркетинговые коммуникации: введение в профессию. Учебник для вузов.	Санкт-Петербург: Питер	2021	https://ibooks.ru/reading.php?short=1&productid=373482
5.1.2 Дополнительная учебная литература				
Кокорина, Е. В., Танкеев, А. С., Шашкова, Т. И.	Проектирование музеев	Москва: Ай Пи Ар Медиа	2021	http://www.iprbookshop.ru/108330.html
Кокорина, Е. В., Танкеев, А. С.	Теоретические концепции и научно-проектные предложения формирования современных музейных комплексов	Москва: Ай Пи Ар Медиа	2021	http://www.iprbookshop.ru/108342.html
Аббасов И. Б., Барвенко В. И., Волощенко В. Ю., и др.	Дизайн-проекты: от идеи до воплощения	Москва: ДМК Пресс	2021	https://ibooks.ru/reading.php?short=1&productid=372289
Пахомова, Ю. В., Наролина, Т. С.	Введение в проектную деятельность	Воронеж: Воронежский государственный технический университет, ЭБС АСВ	2021	http://www.iprbookshop.ru/111496.html
Пигулевский, В. О., Стефаненко, А. С.	Дизайн визуальных коммуникаций	Саратов: Вузовское образование	2021	https://www.iprbookshop.ru/102235.html
Бердников, И. П., Стрижова, А. Ф.	PR-коммуникации	Москва: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа	2021	http://www.iprbookshop.ru/99362.html

5.2 Перечень профессиональных баз данных и информационно-справочных систем

1. Базы данных информационного портала Restko.ru (Информационные системы рынка рекламы, маркетинга, PR – Базы рынка рекламы [Электронный ресурс]. URL: <https://www.restko.ru/>
2. Первая полоса. Маркетинг и реклама. Бизнес и инновации. [Электронный ресурс] URL: www.reklamaster.com
3. Ассоциация компаний-консультантов в области связей с общественностью [Электронный ресурс] <http://www.akospr.ru/>
4. Сетевое издание AdIndex.ru [Электронный ресурс] <https://adindex.ru/>
5. Рейтинговое издание [Электронный ресурс] <https://www.alladvertising.ru/spb/>
6. Инфраструктурная формация RUWARD [Электронный ресурс] <https://ruward.ru/group/>
7. Электронно-справочная система [Электронный ресурс]. <https://www.rusprofile.ru/>
8. Электронно-библиотечная система Znanium [Электронный ресурс]. <http://www.znanium.com/>
9. Научная электронная библиотека eLibrary.ru [Электронный ресурс]. <http://elibrary.ru/>
10. Информационный ресурс, содержащий информацию о зарегистрированных юридических лицах и индивидуальных предпринимателях («СПАРК») [Электронный ресурс]. <http://www.spark-interfax.ru/>
11. справочная правовая система «Консультант Плюс» [Электронный ресурс]. <http://www.consultant.ru/>
12. справочная правовая система «ГАРАНТ» [Электронный ресурс]. <http://www.garant.ru/>
13. Электронно-библиотечная система IPRbooks [Электронный ресурс]. URL: <http://www.iprbookshop.ru/>
14. Электронная научная библиотека «КИБЕРЛЕНИНКА» [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/>
15. Электронная библиотека учебных изданий СПбГУПТД [Электронный ресурс]. URL: <http://publish.sutd.ru>
16. Электронно-библиотечная система (ЭБС) Университетская библиотека онлайн БиблиоКлуб [Электронный ресурс]. <http://www.biblioclub.ru>
17. Электронно-библиотечная система (ЭБС) на платформе издательства «Лань» [Электронный ресурс]. <http://e.lanbook.com>
18. Официальный сайт Российской государственной библиотеки [Электронный ресурс]. <https://www.rsl.ru>
19. Видеохостинг, предоставляющий пользователям услуги хранения, доставки, показа и монетизации видео YouTube [Электронный ресурс]. URL: <http://youtube.com>
20. Реферативная и справочная база данных рецензируемой литературы Scopus [Электронный ресурс]. URL: <https://www.scopus.com>

5.3 Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения

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

Аудитория	Оснащение
Лекционная аудитория	Мультимедийное оборудование, специализированная мебель, доска
Учебная аудитория	Специализированная мебель, доска