

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

## Программа практики

**Б2.В.02(П)**

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

Учебный план: 2026-2027 42.03.01 ИБК Бренд-мен ЗАО №1-3-10.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: заочная

### План учебного процесса

| Семестр |    | Сам.<br>работа | Контроль,<br>час. | Трудоё<br>мкость,<br>ЗЕТ | Форма<br>промежуточной<br>аттестации |
|---------|----|----------------|-------------------|--------------------------|--------------------------------------|
| 4       | 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 культурологии, 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 у обучающихся компетенции в области применения теоретических знаний и практических навыков проектной деятельности.

**1.2 Задачи практики:**

- познакомить обучающихся с методиками и инструментами анализа запросов и потребностей общества и аудитории;
- раскрыть основы анализа и выбора технических средств и информационно-коммуникационных технологий;
- дать представление о механизмах функционирования и правовых и этических нормах регулирования отрасли

**1.3 Требования к предварительной подготовке обучающегося:**

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

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

Организация и проведение специальных мероприятий

Введение в историю дизайна и искусств

## 2 КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ПРОХОЖДЕНИЯ ПРАКТИКИ

| ПК-4: Способен проводить работы по реализации стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"          |  |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|
| <b>Знать:</b> основные подходы, методы и инструменты массовых коммуникаций при разработке проектов в сфере брендинга              |  |
| <b>Уметь:</b> проводить исследования рекламных и PR-коммуникаций в сфере брендменеджмента                                         |  |
| <b>Владеть:</b> навыками применения творческих решений в процессе разработки брендпроекта и стратегии Интернет-продвижения бренда |  |

## 3 СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИКИ

| Наименование и содержание разделов (этапов)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | Семестр | СР (часы) |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------|-----------|
| Раздел 1. Организационный этап                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | 4       |           |
| Этап 1. Участие в установочной конференции. Изучение содержания программы практики. Оформление документов для прохождения практики, индивидуальное планирование деятельности. Формулирование индивидуальных заданий. Описание профессиональных задач, решаемых студентом на практике (в соответствии с целями и задачами программы практики и индивидуальным заданием).                    |         | 20,35     |
| Этап 2. Подготовка проведения исследовательских работ по теме индивидуального задания. Построение индивидуальной траектории студента. Выбор тематики и материалов для выполнения заданий по практике. Получение рекомендаций по выполнению заданий практики. Изучение научно-исследовательской и методической литературы. Ознакомление с методологией и методикой исследования материалов. |         | 24        |
| Раздел 2. Коммуникационно-проектный этап                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |         |           |

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |  |        |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|--------|
| <p>Этап 3. Характеристика предприятия. Организационная структура предприятия. Описание предприятия, сферы деятельности, структуры компании, нормативной документации и экономических показателей.</p> <p>Исследования сегмента рынка, в котором функционирует предприятие. Конкурентный анализ сферы деятельности предприятия. Описание целевой аудитории (с применением географических, демографических, психографических и поведенческих критериев сегментирования). Анализ конкурентной среды (с выявлением прямых и косвенных конкурентов по критериям: ценовой сегмент, ассортимент, целевая аудитория). Проведение SWOT-анализа предприятия.</p> <p>Анализ применения маркетинговых коммуникаций предприятия в онлайн и офлайн среде.</p> <p>Проведение маркетингового исследования (получение первичной информации) для обоснования цели рекламной кампании (мероприятий). В качестве методов проведения маркетингового исследования могут стать количественные (опрос) и качественные (фокус-группа, экспертное интервью).</p> |  | 40     |
| <p>Этап 4. Проектная работа. Анализ медиа и коммуникационных продуктов предприятия. Проектирование коммуникационного продукта с применением маркетинговых исследований и ситуационного анализа. Характеристика принятых нормы и правила этического функционирования профессиональной отрасли. Основные языковые нормы, стандарты, форматы, стили и технологические требования разных типов СМИ и других медиа.</p> <p>Авторские проекты редактирования медиа и коммуникационных проектов предприятия с учетом специфики функционирования СМИ и других медиа распространения.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |  | 40     |
| Этап 5. Выполнение индивидуальной программы (вариативно).                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |  | 45     |
| Раздел 3. Итоговый этап прохождения практики                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |  |        |
| <p>Этап 6. Сбор и обобщение материалов, необходимых для подготовки отчетных документов о практике. Обработка и систематизация собранного фактического материала. Подведение итогов исследования, написание и представление аналитического отчета по теме индивидуального задания. Выводы, прогноз и предложения. Презентация отчетных материалов.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |  | 22     |
| Итого в семестре                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |  | 191,35 |
| Промежуточная аттестация (Зачет с оценкой)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |  |        |
| <b>Всего контактная работа и СР по дисциплине</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |  | 191,35 |

#### 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-4            | характеризует основные подходы, методы и инструменты разработки и управления брендом в различных сферах<br>проводит исследования и анализ рекламной и PR-деятельности в процессе управления брендом<br>творчески подходит к разработке и продвижению брендинговой стратегии в онлайн и офлайн пространстве |

###### 4.1.2 Система и критерии оценивания

| Шкала оценивания        | Критерии оценивания сформированности компетенций                                                                                                                                                                                                  |
|-------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                         | Устное собеседование                                                                                                                                                                                                                              |
| 5 (отлично)             | Обучающийся дает полный, исчерпывающий ответ, явно демонстрирующий глубокое понимание вопроса и широкую эрудицию в оцениваемой области. Демонстрирует критический, оригинальный подход к поставленному вопросу. Понимание целей и задач практики. |
| 4 (хорошо)              | Ответ стандартный, качественный. Демонстрирует ориентирование в источниках информации. Присутствуют небольшие пробелы в знаниях или несущественные ошибки                                                                                         |
| 3 (удовлетворительно)   | Ответ неполный, основанный только на учебных материалах, содержащий существенные ошибки или пробелы в знаниях сразу по нескольким темам, незнание важных терминов. Отсутствие связи с конкретной практической деятельностью.                      |
| 2 (неудовлетворительно) | Непонимание заданного вопроса. Неспособность ответить на дополнительные вопросы.<br>Попытка списывания, использования неразрешенных технических устройств.                                                                                        |

##### 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 4 |                                                                                                                                               |
| 1      | Исследование аудитории в сфере коммуникаций                                                                                                   |
| 2      | Целевая аудитория, правила сегментирования.                                                                                                   |
| 3      | Основные параметры отдельных аудиторных групп, их запросы и потребности.                                                                      |
| 4      | Количественные и качественные маркетинговые исследования                                                                                      |
| 5      | Методы сбора первичной информации                                                                                                             |
| 6      | Инструменты продвижения в маркетинге                                                                                                          |
| 7      | Особенности онлайн и офлайн продвижения в рекламе и связях с общественностью.                                                                 |
| 8      | Преимущества и недостатки фриланса в маркетинговых коммуникациях.                                                                             |
| 9      | Виды комплексных исследований запросов и потребностей общества и аудитории.                                                                   |
| 10     | Маркетинговые методы и инструменты проектирования деятельности предприятия.                                                                   |
| 11     | Этапы разработки рекламной кампании с применением онлайн и офлайн технологий.                                                                 |
| 12     | Этапы разработки PR-кампании с применением онлайн и офлайн инструментов                                                                       |
| 13     | Провести анализ актуальных PR-событий в социальной, политической, коммерческой сферах (критерии: субъект и объект воздействия, цель, эффект). |
| 14     | Оценить эффективность рекламной кампании (мероприятия).                                                                                       |
| 15     | Информационно-психологическая и экономическая эффективность коммуникационной кампании.                                                        |
| 16     | Методами оценки эффективности: количественные (опросы и т.д.) и качественные методы (фокус-группа, интервью и т.д.)                           |
| 17     | Кабинетные методы анализа: информационный аудит, контент-анализ.                                                                              |
| 18     | Обоснуйте выбранный метод исследования                                                                                                        |
| 19     | Предложите гайд (опроса, фокус-группы, экспертного интервью).                                                                                 |
| 20     | Принципы редактирования медиа и коммуникационных проектов в контексте норм и правил функционирования профессиональной отрасли.                |

|    |                                                                                                                                      |
|----|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 21 | Специфика функционирования различных типов СМИ и других медиа.                                                                       |
| 22 | Этапы в процессе проектирования коммуникационного продукта.                                                                          |
| 23 | План проектирования коммуникационного продукта с применением маркетинговых исследований и ситуационного анализа в выбранной отрасли. |

#### 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 более 7-12 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

Каждому студенту дается список вопросов по пройденной практике. На подготовку к презентации отчета и ответу на вопросы дается 15 минут. Преподаватель задает один или несколько устных вопросов и переходит к оценке письменного отчета.

## 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>       |                                                                          |                                                                                               |             |                                                                                                                                   |
| Власов, В. Б.,<br>Нерозина, С. Ю.              | Основы маркетинга                                                        | Воронеж: Воронежский<br>государственный<br>технический<br>университет, ЭБС АСВ                | 2021        | <a href="http://www.iprbookshop.ru/111482.html">http://www.iprbookshop.ru/111482.html</a>                                         |
| <b>5.1.2 Дополнительная учебная литература</b> |                                                                          |                                                                                               |             |                                                                                                                                   |
| Асташова О. В.                                 | Основы копирайтинга.<br>Практические занятия и<br>самостоятельная работа | СПб.: СПбГУПТД                                                                                | 2019        | <a href="http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=20199299">http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=20199299</a> |
| Хмелев, А. В.                                  | Дизайн в СМИ: теория и<br>практика                                       | Новосибирск: Сибирский<br>государственный<br>университет<br>телекоммуникаций и<br>информатики | 2020        | <a href="http://www.iprbookshop.ru/102118.html">http://www.iprbookshop.ru/102118.html</a>                                         |

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

Базы данных информационного портала Restko.ru (Информационные системы рынка рекламы, маркетинга, PR – Базы рынка рекламы [Электронный ресурс].URL: <https://www.restko.ru/>  
Первая полоса. Маркетинг и реклама. Бизнес и инновации. [Электронный ресурс] URL: [www.reklamaster.com](http://www.reklamaster.com)  
Ассоциация компаний-консультантов в области связей с общественностью [Электронный ресурс] <http://www.akospr.ru/>  
Сетевое издание AdIndex.ru [Электронный ресурс] <https://adindex.ru/>  
Рейтинговое издание [Электронный ресурс] <https://www.alladvertising.ru/spb/>  
Инфраструктурная формация RUWARD [Электронный ресурс] <https://ruward.ru/group/>  
Информационный ресурс: Яндекс. блоги [Электронный ресурс] <https://yandex.ru/blogs/search?lr=2&redircnt=1585482947.1>  
Информационный ресурс: Google Trends [Электронный ресурс] <https://trends.google.ru/trends/?geo=RU>  
Российская ассоциация по связям с общественностью [Электронный ресурс] <http://www.raso.ru/about.php>  
Профессиональный PR-портал [Электронный ресурс] <http://www.sovetnik.ru/>  
Все о рекламе и рекламном рынке, маркетинге, брендинге, PR, медиа.[Электронный ресурс] <http://www.createbrand.ru/>  
Портал о рекламе, маркетинге, бизнесе, креативе и PR. [Электронный ресурс] <http://www.sostav.ru/>  
Всероссийское специализированное издание для руководителей и сотрудников пресс-служб, пресс-секретарей и специалистов по связям с общественностью.[Электронный ресурс] <http://www.press-service.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 |
| Учебная аудитория    | Специализированная мебель, доска                              |