

УТВЕРЖДАЮ
Первый проректор, проректор
по УР

_____ А.Е.Рудин

Программа практики

Б2.В.01(П)

Производственная практика (научно-исследовательская практика)

Учебный план: 2026-2027 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.	Трудоё мкость, ЗЕТ	Форма промежуточной аттестации
2	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, утверждённым приказом Минобрнауки России от 08.06.2017 г. № 528

Составитель (и):

кандидат культурологии, Доцент, ИО Зав. кафедрой

Савицкая Вероника
Юрьевна

От выпускающей кафедры:
Заведующий кафедрой

Савицкая Вероника
Юрьевна

Методический отдел:

1 ВВЕДЕНИЕ К ПРОГРАММЕ ПРАКТИКИ

1.1 Цель практики: Формирование у обучающихся компетенций в научно-исследовательской и практической деятельности по избранному направлению профессионально-творческой деятельности магистранта.

1.2 Задачи практики:

закрепление у обучающихся исследовательских навыков, определения подходов и методологии научного анализа;

научение аналитической работе с базами данных, научной литературой;

развитие способности выявления лучших практик и новых информационных источников из открытых ресурсов.

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

История публичных коммуникаций

Конфликтология и этика деловых коммуникаций

2 КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ПРОХОЖДЕНИЯ ПРАКТИКИ

ПК-2: Способен планировать и контролировать маркетинговую деятельность организации	
Знать: основные методы проведения маркетинговых исследований в профессиональной сфере.	
Уметь: применять современные технические средства, инструменты комплексных исследований в профессиональной сфере.	
Владеть: навыками планирования и проведения маркетинговых исследований в профессиональной сфере; правилами сбора, обобщения и оценки результатов 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: наименование и назначение различных способов управления инновациями и сопутствующими продуктами в профессиональной деятельности.	
Уметь: осуществлять поиск, анализ и оценку коммуникационных решений, реализации инновационных продуктов; разрабатывать и применять современные технологические решения в профессиональной деятельности.	
Владеть: навыками внедрения современных инновационных решений и управленческих средств в процессе осуществления бренд-коммуникаций.	
ПК-4: Способен проводить маркетинговое исследование в сфере бренд-коммуникаций с использованием инструментов комплекса маркетинга	
Знать: методики анализа, оценки маркетинговой информации, проведения исследований в профессиональной сфере.	
Уметь: участвовать в организации и управлении коммуникационной стратегией компании в профессиональной сфере.	
Владеть: навыками планирования и реализации организационно- управленческой деятельности в рекламе и связях с общественностью.	

3 СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИКИ

Наименование и содержание разделов (этапов)	Семестр	СР (часы)
Раздел 1. Организационная работа		

Этап 1. Научные исследования: специфика теоретических и прикладных исследований. Научно-исследовательская деятельность в коммуникационной сфере. Специфика планирования и проведения научных исследований в профессиональной сфере; принципы и правила сбора, обобщения и оценки результатов научных исследований в профессиональной сфере. Работа с базами данных научной и рецензируемой литературы.	80
Этап 2. Обзор основных направлений научной деятельности по тематике профиля образовательной программы. Подготовка индивидуального задания в рамках сферы профессиональной деятельности.	30
Этап 3. Комплексные исследования в профессиональной сфере. Изучение специфики отрасли. Сбор информации о предмете исследования (организации, проекте, и т.д.). Конкурентный анализ. Применение SWOT-анализа. Исследование коммуникативных, креативных и медиастратегий. Исследования аудитории. Сегментирование. Выявление целевых групп посредством эмпирических исследований (анкетирование, фокус- группы, наблюдение, эксперимент). Исследование особенностей потребительского поведения целевых групп.	40
Раздел 2. Научно-исследовательская работа	
Этап 4. Формулирование темы магистерской диссертации, постановка целей и задач исследования, разработка плана. Проведения исследовательских мероприятий. Ознакомление с доступными материалами, научной литературой по предполагаемой теме исследования с целью обоснованного выбора теоретической базы предстоящей работы.	74
Этап 5. Подведение итогов практики. Подготовка отчетной документации по итогам практики. Оформление теоретических и эмпирических материалов в виде научного отчета по научно-исследовательской работе. Представление результатов практики.	99,35
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-2	характеризует особенности проведения комплексных исследований в профессиональной сфере; описывает программу коммуникационной деятельности компании исходя из специфики

	деятельности; предлагает эффективные проекты улучшения коммуникационной деятельности компании.
ПК-3	описывает специфику разработки инноваций в профессиональной деятельности; ведет поиск, анализ и оценку коммуникационных решений и технологических решений в профессиональной деятельности; предлагает проекты внедрения современных инновационных решений в сфере бренд-коммуникаций.
ПК-4	характеризует ключевые методики анализа, оценки маркетинговой информации; ориентируется в технологиях разработки коммуникационной стратегии; разрабатывает коммуникационный продукт.

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. Обучающийся принимает участие в конкурсах научных статей, публикует тезисы и статьи по тематике профессиональных компетенций.
4 (хорошо)	Обучающийся соблюдал сроки прохождения практики; отчетные материалы в целом соответствуют программе практики, 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 2	
1	Обзор материала по теме исследования
2	План работы над магистерской диссертацией
3	Разработка структуры диссертационной работы
4	Результаты выполнение индивидуального задания
5	В чём специфика креативных индустрий в контексте разработки новых коммуникационных продуктов?
6	Что такое РИНЦ?
7	Что такое индекс Хирша?
8	Назовите и охарактеризуйте современные инструменты оценки научных исследований?
9	Выбор темы исследования.
10	Разработка списка источников по теме исследования
11	Правила и работа с цитированием.
12	Маркетинговые исследования при разработке коммуникационной кампании: их значение.

13	Оформление источников и обзор литературы.
14	Значение научных исследований в магистерских диссертациях.
15	Правила редактирования научных статей.
16	Теоретические и практические аспекты диссертации.

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.

5. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРАКТИКИ

5.1 Учебная литература

Автор	Заглавие	Издательство	Год издания	Ссылка
5.1.1 Основная учебная литература				
Добренков, В. И., Кравченко, А. И.	Методология и методика социологического исследования	Москва: Академический проект	2020	http://www.iprbookshop.ru/110077.html
5.1.2 Дополнительная учебная литература				
Пивоварова, О. П.	Основы научных исследований	Челябинск, Саратов: Южно-Уральский институт управления и экономики, Ай Пи Эр Медиа	2019	http://www.iprbookshop.ru/81487.html
Плотникова, Ю. С.	Маркетинговые исследования	Омск: Омский государственный технический университет	2021	https://www.iprbooks hop.ru/124834.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>
21. Справочно-информационный портал «Грамота. ру». [Электронный ресурс] URL: <http://www.gramota.ru>
22. Справочно-информационный портал «Copyright.ru». [Электронный ресурс] URL: <http://www.copyright.ru>
23. Информационный портал о редактировании и редакторах «Editorium.ru». [Электронный ресурс] URL: <http://editorium.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
Учебная аудитория	Специализированная мебель, доска
Лекционная аудитория	Мультимедийное оборудование, специализированная мебель, доска