

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.03(П)

Производственная практика (научно-исследовательская работа)

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
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 42.04.01 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: Формирование у обучающихся компетенций в научно-исследовательской работе по избранному направлению профессионально-творческой деятельности магистранта.

1.2 Задачи практики:

демонстрация специфики научно-исследовательской работы и её планирования, проведения;
освоение теоретико-методологической программы как основы научного исследования;
закрепление у обучающихся исследовательских навыков, освоение принципов и правил сбора, обобщения и оценки результатов научных исследований в профессиональной сфере;
научение аналитической работе с базами данных научной и рецензируемой литературы, оперативными источниками;
развитие способности выявления лучших практик и качественных информационных источников из открытых и специализированных 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
Академическое письмо
Интегрированные маркетинговые коммуникации
Конфликтология и этика деловых коммуникаций
Управление коммуникационным агентством

2 КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ПРОХОЖДЕНИЯ ПРАКТИКИ

ПК-1: Способен планировать и координировать деятельность подразделения рекламы и связей с общественностью		
Знать: приемы, принципы и методики организационно-управленческой деятельностью в области бренд-коммуникаций; нормы, требования и принципы регулирования профессиональной деятельности в области рекламы и связей с общественностью		
Уметь: применять современные коммуникационные технологии в процессе проектирования медиа и коммуникационного продукта с учетом специфики функционирования профессиональной сферы		
Владеть: навыками планирования и проведения научных исследований в профессиональной сфере; правилами сбора, обобщения и оценки результатов научных исследований в профессиональной сфере		
ПК-2: Способен планировать и контролировать маркетинговую деятельность организации		
Знать: принципы и правила работы с маркетинговыми данными		
Уметь: собирать, хранить и обрабатывать значительные объемы информации в рамках реализации маркетинговых исследований в профессиональной деятельности		
Владеть: навыками проведения исследований в профессиональной деятельности		
ПК-3: Способен к разработке, тестированию и внедрению инновационных товаров (услуг), созданию нематериальных активов (брендов) и управлению ими в организации		
Знать: принципы и методы осуществления инновационной деятельности с использованием различных средств бренд-коммуникаций.		
Уметь: применять приемы и методы онлайн и офлайн коммуникации в профессиональной деятельности по созданию медиа и коммуникационного продукта.		
Владеть: навыками планирования, организации, реализации и оценки эффективности коммуникационной деятельности в профессиональной сфере		
ПК-4: Способен проводить маркетинговое исследование в сфере бренд-коммуникаций с использованием инструментов комплекса маркетинга		
Знать: методики изучения внутреннего и внешнего рынка и потенциал его развития.		
Уметь: отбирать конкурентоспособные коммуникационные инструменты на основе проведенных маркетинговых исследований		
Владеть: навыками использования проектных инструментов в сфере бренд-коммуникаций		

3 СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИКИ

Наименование и содержание разделов	У	Ф	СР
------------------------------------	---	---	----

(этапов)	местр	(часы)
Раздел 1. Организационная работа		
Этап 1. Специфика научно-исследовательской работы и её планирование. Особенности проведения научно-исследовательской работы (НИР): общие положения, основные виды НИР. Знакомство с основными понятиями научно-исследовательской работы. Теоретико-методологическая программа как основа исследования. 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, оперативными источниками.	3	20
Этап 2. Планирование НИР. Тематика и методология исследовательских работ в сфере коммуникаций. Общая проблематика современных исследований креативных индустрий и культуры коммуникаций. Предметное поле коммуникационной деятельности. Коммуникативная специфика предметной сферы. Обзор основных направлений научной деятельности по тематике профиля образовательной программы. Формулировка индивидуального задания по практике.		20
Раздел 2. Научно-исследовательская работа		
Этап 3. Перспективные исследовательские поля в области современных деловых коммуникаций. Выполнение индивидуального занятия. Проведения исследовательских мероприятий. Ознакомление с доступными материалами, научной литературой по выбранной теме исследования с целью обоснованного выбора теоретической базы предстоящей работы. Сбор материалов и написание научного текста по проблеме, явлению или тенденции в профессиональной сфере. Подбор визуальных материалов по теме исследования. Усвоение на практике общих принципов и структуры научного исследования. Подготовка и проведения обсуждения тенденций практического применения научных поисков в области креативных индустрий и бренд-коммуникаций в частности. Подготовка научного доклада для выступления на конференции.		121

Этап 4. 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.		54,35
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
ПК-1	описывает принципы организационно-управленческой деятельности в области рекламы и связей с общественностью; характеризует этапы проектирования медиа и коммуникационного продукта; планирует и проводит научные исследования в профессиональной сфере;
ПК-2	описывает правила работы с маркетинговыми данными; характеризует принципы работы с информацией в рамках реализации маркетинговых исследований в профессиональной деятельности; проводит исследования в профессиональной деятельности
ПК-3	описывает принципы функционирования инновационной деятельности в сфере коммуникаций; применяет онлайн и офлайн коммуникации в профессиональной деятельности по созданию медиа и коммуникационного продукта; осуществляет оценку эффективности коммуникационной деятельности в профессиональной сфере
ПК-4	описывает методики исследования внутреннего и внешнего рынка и потенциал их развития; выявляют актуальные коммуникационные инструменты на основе проведенных маркетинговых исследований; отбирают эффективные коммуникационные инструменты в сфере бренд-коммуникаций

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 3	
1	Обзор источников, исследовательских материалов по теме исследования
2	Методологическая работа 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	Назовите оперативные источники по теме Вашего исследования. Дайте им характеристику.
7	Перспективные исследовательские поля в области современных деловых коммуникаций.
8	Назовите и охарактеризуйте современные инструменты оценки научных исследований?
9	Специфика научно-исследовательской работы и её планирование.
10	Особенности проведения научно-исследовательской работы (НИР): общие положения, основные виды НИР.
11	Теоретико-методологическая программа как основа исследования.
12	Специфика работы с базами данных научной и рецензируемой литературы, оперативными источниками.
13	Обоснованного выбора теоретической базы научно-исследовательской работы.
14	Актуальные проблемы, явления или тенденции в профессиональной сфере.
15	Принципы подбора визуальных материалов по теме исследования.
16	Этапы подготовки научного доклада для выступления на конференции.
17	Обзор источников, исследовательских материалов по теме исследования
18	Методологическая работа над магистерской диссертацией
19	Разработка структуры диссертационной работы
20	Результаты выполнение индивидуального задания
21	В чём специфика креативных индустрий в контексте разработки новых коммуникационных продуктов?
22	Назовите оперативные источники по теме Вашего исследования. Дайте им характеристику.
23	Перспективные исследовательские поля в области современных деловых коммуникаций.
24	Назовите и охарактеризуйте современные инструменты оценки научных исследований?
25	Специфика научно-исследовательской работы и её планирование.
26	Особенности проведения научно-исследовательской работы (НИР): общие положения, основные виды НИР.
27	Теоретико-методологическая программа как основа исследования.
28	Специфика работы с базами данных научной и рецензируемой литературы, оперативными источниками.
29	Обоснованного выбора теоретической базы научно-исследовательской работы.
30	Актуальные проблемы, явления или тенденции в профессиональной сфере.
31	Принципы подбора визуальных материалов по теме исследования.
32	Этапы подготовки научного доклада для выступления на конференции.

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 7-12 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				
Газина, О. М.	Организация и сопровождение научно-исследовательской работы студентов магистратуры	Москва: Московский педагогический государственный университет	2020	http://www.iprbookshop.ru/105916.html
5.1.2 Дополнительная учебная литература				
Брезгина, К. В., Антинескул, Е. А., Ясырева, А. А.	Маркетинговые исследования	Саратов: Ай Пи Эр Медиа	2019	http://www.iprbookshop.ru/83809.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