

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, включая проектную деятельность)

Учебный план: 2026-2027 42.04.01 ИБК РИСО в креат инд ОО №2-1-128.plx

Кафедра: **37** Рекламы и связей с общественностью

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

Профиль подготовки:
(специализация) Реклама и связи с общественностью в креативных индустриях

Уровень образования: магистратура

Форма обучения: очная

План учебного процесса

Семестр		Контактн	Сам. работа	Контроль, час.	Трудоё мкость, ЗЕТ	Форма промежуточной аттестации
		Практ. занятия				
3	УП	32	291,75	0,25	9	Зачет с оценкой
	ПП	32	291,75	0,25	9	
Итого	УП	32	291,75	0,25	9	
	ПП	32	291,75	0,25	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 философских наук, Заведующий кафедрой

Степанов Михаил
Александрович

От выпускающей кафедры:

Заведующий кафедрой

Степанов Михаил
Александрович

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 медиакommunikаций

Основы научных исследований в профессиональной сфере

Маркетинговый анализ и аудит бизнес-процессов

Теория и практика кураторства

Управление проектами

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-3: Способен осуществлять отбор иллюстративных материалов в ходе разработки концепции художественного оформления коммуникационного проекта				
Знать: специфику проектирования научного исследования в профессиональной сфере.				
Уметь: отбирать эффективные средства и инструменты проведения научного исследования в профессиональной сфере.				
Владеть: навыками творческого подхода к проектированию научных исследований в области рекламы и связей с общественностью.				
ПК-1: Способен разрабатывать концепцию авторского проекта				
Знать: специфику проектирования коммуникационного продукта с учетом специфики коммуникационных задач.				
Уметь: разрабатывать концепцию авторского коммуникационного продукта, учитывая имеющейся мировой и отечественный опыт.				
Владеть: навыком авторского решения профессиональных задач				
ПК-2: Способен разрабатывать, внедрять и совершенствовать систему маркетинговых коммуникаций в организации				
Знать: специфику проектирования медиа и коммуникационного продукта с учетом особенностей профессиональной сферы				
Уметь: разрабатывать коммуникационный продукт учитывая направленность отрасли и специфику функционирования креативных индустрий				
Владеть: навыком творческого, авторского решения профессиональных задач в контексте маркетинговых коммуникаций				

3 СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИКИ

Наименование и содержание разделов (этапов)	Семестр	Контактная работа	СР (часы)	Форма текущего контроля
		Пр. (часы)		

Раздел 1. Организационный этап прохождения практики				
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.	3	6	30	ДС
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.		8	37,75	
Раздел 2. Оперативный этап прохождения практики				КПр,С
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.		8	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.		10	82	
Итого в семестре		32	291,75	
Промежуточная аттестация (Зачет с оценкой)		0,25		
Всего контактная работа и СР по дисциплине		32,25	291,75	

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-3	описывает ход проектирования научного исследования в профессиональной сфере, принципы подбора иллюстративных материалов; отбирает эффективные средства и инструменты проведения научного исследования; демонстрирует самостоятельный творческий подход к проектированию научных исследований и выборе иллюстративных материалов концепции исследовательского проекта
ПК-1	описывает специфику проектирования коммуникационной деятельности предприятия. характеризует концепцию авторского коммуникационного продукта, выявляет принципиальные решения, учитывая имеющейся мировой и отечественный опыт. разрабатывает самостоятельные, авторские решения профессиональных задач в отрасли.
ПК-2	характеризует специфику проектирования медиа и коммуникационного продукта с учетом особенностей отрасли; проектирует коммуникационный продукт учитывая маркетинговую специфику отрасли и

	специфику функционирования креативных индустрий; демонстрирует возможности совершенствования решения профессиональных задач в контексте маркетинговых коммуникаций креативных индустрий.
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.

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 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
Семестр 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				
Ларина А. В., Смирнов А. В.	Введение в коммуникационные специальности: Информация. Коммуникация. Маркетинг.	Санкт-Петербург: СПбГУПТД	2025	http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=20259580
Баричко Я.Б.	Бизнес-проектирование и маркетинг креативных проектов	Санкт-Петербург: СПбГУПТД	2025	http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=2025217
Атрушкевич Е.Б.	Интернет-маркетинг. Часть I	Санкт-Петербург: СПбГУПТД	2024	http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=20245125
Куликова О. М., Тропынина Н. Е.	Маркетинговые коммуникации	Санкт-Петербург: СПбГУПТД	2024	http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=2024155
Миронова Л. А., Яненко М. Б.	Основы маркетинга	Санкт-Петербург: СПбГУПТД	2024	http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=2024182
Грицай Ю.К.	Основы брендинга	Санкт-Петербург: СПбГУПТД	2025	http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=202537
Старикова, М. С., Пономарева, Т. Н., Дадалова, М. В.	Маркетинговые исследования и анализ конкурентной среды	Белгород: Белгородский государственный технологический университет им. В.Г. Шухова, ЭБС АСВ	2024	https://www.iprbooks.hop.ru/156295.html
Васильева, Л. А.	Реклама	Москва: Ай Пи Ар Медиа	2026	https://www.iprbooks.hop.ru/155933.html
Чилингир, Е. Ю.	Реклама и связи с общественностью: введение в профессию	Москва: Ай Пи Ар Медиа	2025	https://www.iprbooks.hop.ru/145167.html
5.1.2 Дополнительная учебная литература				

Базиян, Н. Р.	Реклама и PR	Москва: Юриспруденция	2025	https://www.iprbookshop.ru/152619.html
Котлер, Ф., Триас, де, Виноградова, Т., Царук, Л., Сухановой, М.	Латеральный маркетинг: технология поиска революционных идей	Москва: Альпина Паблишер	2024	https://www.iprbookshop.ru/137908.html
Миронова Л. А., Яненко М. Б.	Основы маркетинга	Санкт-Петербург: СПбГУПТД	2024	http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=2024183
Дорогин А. В.	Маркетинговые исследования и ситуационный анализ	Санкт-Петербург: СПбГУПТД	2025	http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=20259526

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.znaniy.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

Microsoft Office Professional
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