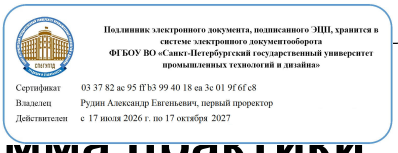
Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна»
(СПбГУПТД)

УТВЕРЖДАЮ
Первый проректор, проректор по УР



_____А.Е.Рудин

Программа практики

Б2.В.04(Пд) Производственная практика (преддипломная практика)

Учебный план: 2026-2027 42.04.01 ВШПМ РИСО в медиаиндустрии ОО №2-1-134.plx

Кафедра: 38 Рекламы

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

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

Уровень образования: магистратура

Форма обучения: очная

План учебного процесса

Семестр		Сам. работа	Контроль, час.	Трудоёмкость, ЗЕТ	Форма промежуточной 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	

Санкт-Петербург
2026

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 филологических наук,Доцент _____ Корочкова Светлана Александровна

От выпускающей кафедры: _____ Смирнов Алексей Викторович
Заведующий кафедрой

Методический отдел:

_____

1 ВВЕДЕНИЕ К ПРОГРАММЕ ПРАКТИКИ

1.1 Цель практики: Сформировать компетенции у обучающихся в сфере продвижения коммуникационных продуктов телерадиовещательных и сетевых СМИ

1.2 Задачи практики:

1. Закрепление знаний аналитических концепций в сферах медиакоммуникации, рекламной деятельности и связях с общественностью.

2. Закрепление умений самостоятельной разработки стратегий, концепций и методологии исследования в профессиональной области.

3. Закрепление навыков самостоятельного написания теста магистерской диссертации, представления результатов самостоятельного исследования.

1.3 Требования к предварительной подготовке обучающегося:

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

Творческое позиционирование в рекламной коммуникации

Основы научных исследований в профессиональной сфере

Организационно-управленческие коммуникации

Технологии рекламы и связей с общественностью в медиаиндустрии

Социокультурные аспекты потребления

Репутационные технологии в медиаиндустрии

Производственная практика (научно-исследовательская практика)

Научно-практический семинар

Рекламные и PR-коммуникации в глобальной медиаиндустрии

Бренд-коммуникации в российской медиаиндустрии

Информационно-технологическое обеспечение рекламы и связей с общественностью

Ивент-менеджмент

Мультимедийные технологии в медиаиндустрии

Производственная практика (научно-исследовательская работа)

Методы научно-методологического поиска

2 КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ПРОХОЖДЕНИЯ ПРАКТИКИ

ПК-1: Способен осуществлять продвижение продуктов телерадиовещательных и сетевых СМИ
Знать: основные принципы управления рекламными проектам и проектами по связям с общественностью в медиаиндустрии
Уметь: использовать особенности литературного, делового, научного стилей в ходе публичных выступлений (из ПС)
Владеть: навыками управления рекламными проектам и проектами по связям с общественностью в медиаиндустрии

3 СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИКИ

Наименование и содержание разделов (этапов)	Семестр	СР (часы)	Форма текущего контроля
Раздел 1. Организационный этап	4		О,П
Этап 1. Участие в установочной конференции. Изучение содержания программы практики. Получение рекомендаций по выполнению заданий практики. Получение задания на практику. Составление плана научно-исследовательской работы, согласно заданию на практику.		15	

Этап 2. Заключение договора на прохождение практики. Обучающийся получает на кафедре бланк договора и подписывает его в организации. При необходимости в договор со стороны принимающей организации могут быть внесены изменения, если это требуется с точки зрения соблюдения юридических требований. Договор необходимо распечатать и подписать в 3 вариантах. Не позднее чем за 3 дня до начала практики все 3 подписанных варианта договора необходимо принести на кафедру для передачи его в отдел практик СПбГУПТД. В крайнем случае допускается предоставление электронной версии подписанного договора, с последующим предоставлением печатных вариантов. Подписанный договор также должен содержать календарный план прохождения практики, где должно быть указано сколько обучающихся проходит практику на этом предприятии, кто именно (ФИО) и в какие сроки.		15	
Раздел 2. Теоретический этап			Д
Этап 3. Работа с информационными, справочными, реферативными и другими изданиями по проблеме исследования: обновление информационно-теоретических источников, корректировка библиографии по теме магистерской диссертации		15	
Этап 4. Творческий анализ возможных способов решения выявленной проблемы. Выбор способа апробации теоретической модели. Систематизация теоретического материала в соответствии с разработанной концепцией. Обобщение результатов и представление их в виде доклада.		15	
Раздел 3. Изучение коммуникационной среды предприятия			Пр,С
Этап 5. Характеристика объекта диссертационного исследования. Составляющие коммуникационной среды предприятия, анализ их достоинств и недостатков. Анализ количественных и качественных характеристик корпоративных каналов коммуникации. Оценка коммуникационной стратегии предприятия. Определение текущих ключевых сообщений для выделенных целевых сегментов. Подведение итогов коммуникационных исследований. Определение сильных и слабых сторон корпоративной коммуникации, определение точек роста, разработка рекомендаций по совершенствованию системы коммуникаций на предприятии.		15	

Этап 6. Изучение потребителей услуг предприятия. Проведение самостоятельного сегментирования потребителей, с использованием базы данных предприятия Исследование социально-демографических, психографических и потребительских характеристик выделенных сегментов. Анализ потребительских мотивов и особенностей потребительского повеления. Составление карты персонажей для выделенных сегментов.		10	
Этап 7. Систематизация и осмысление результатов эмпирических исследований. Оформление результатов в виде раздела выпускной квалификационной работы магистра или в виде научной статьи (материалов к ней).		15	
Раздел 4. Разработка и проведение исследований			
Этап 8. Проведение исследования в рамках индивидуального задания согласно теме магистерской диссертации. Систематизация и обработка полученных результатов исследования. Структурирование эмпирического материала диссертационного исследования.		30	Д,Пр
Этап 9. Систематизация и осмысление результатов эмпирических исследований. Оформление результатов в виде раздела выпускной квалификационной работы магистра или в виде научной статьи (материалов к ней).		30	
Раздел 5. Этап практических разработок			
Этап 10. Разработка на основе полученных результатов исследования рекомендаций по совершенствованию коммуникационной деятельности предприятия. Предложение варианта решения выявленных проблем посредством проведения рекомендуемых коммуникационных мероприятий. Обоснование предложенной концепции коммуникационной кампании.		15	Пр
Этап 11. Разработка сценария коммуникационных мероприятий и организационных материалов к ним в рамках модели 4P и F. Разработка коммуникационных продуктов в рамках предложенного варианта коммуникационной кампании. Обоснование предложенных креативных решений и медиастратегии.		15	
Раздел 6. Подведение итогов практики			
Этап 12. Сбор и оформление иллюстративного материала к отчету, магистерской диссертации. Написание и оформление отчета по преддипломной практике, согласно предъявляемым требованиям.		15	О

Этап 13. Предоставление готового отчета руководителю практики от предприятия. Подписание отчета руководителем практики от предприятия. Проставление печатей, необходимых для утверждения отчета. Предоставление отчета с подписями и печатями от предприятия руководителю практики от кафедры.		10,35	
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	раскрывает подходы к управлению рекламными проектам и проектами по связям с общественностью в рамках дипломного проектирования реализует возможности научного стиля в ходе написания научных статей и публичных выступлений (из ПС) разрабатывает программу реализации рекламного проекта и проекта по связям с общественностью в рамках дипломного проектирования

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 имеют практическую ценность; индивидуальное задание выполнено полностью и на высоком уровне, получен положительный отзыв от научного руководителя; качество оформления отчета соответствуют требованиям. В процессе защиты отчета 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 практиканта; индивидуальное задание выполнено, получен положительный отзыв от научного руководителя; качество оформления отчета соответствуют требованиям. В процессе защиты отчета 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, получен удовлетворительный отзыв от научного руководителя; качество оформления отчета имеют многочисленные несущественные ошибки. В процессе защиты отчета 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, получен неудовлетворительный отзыв от научного рководителя; качество оформления отчета не соответствует требованиям. В процессе защиты отчета 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 4	
1	Составление плана научно- исследовательской работы, согласно заданию на практику
2	Обсуждение этапов научно- исследовательской работы с руководителем предстоящей работы.
3	Ознакомление с правилами оформления отчетов и методикой представления результатов практики
4	Установление периодичности встреч с руководителем и этапов отчетности о проделанной работе.
5	Работа с информационными, справочными, реферативными и другими изданиями по проблеме исследования
6	Обновление информационно-теоретических источников, корректировка библиографии по теме магистерской диссертации
7	Творческий анализ возможных способов решения выявленной проблемы
8	Выбор способа апробации теоретической модели.
9	Систематизация теоретического материала в соответствии с разработанной концепцией.
10	Обобщение результатов и представление их в виде доклада.
11	Выбор способа верификации и структурирования эмпирического материала исследования.
12	Выбор и фиксация информации из различных источников
13	Систематизация и осмысление результатов эмпирических исследований
14	Оформление результатов в виде раздела выпускной квалификационной работы магистра или в виде научной статьи (материалов к ней).
15	Написание и оформление отчета по преддипломной практике.
16	Сбор и оформление иллюстративного материала к отчету, выпускной квалификационной работе и к статье (докладу).
17	Представление отчета: презентация, защита, утверждение.
18	Характеристика объекта диссертационного исследования.
19	Анализ составляющих коммуникационной среды предприятия, их достоинств и недостатков.
20	Анализ количественных и качественных характеристик корпоративных каналов коммуникации.
21	Оценка коммуникационной стратегии предприятия.
22	Определение текущих ключевых сообщений для выделенных целевых сегментов и их оценка.
23	Подведение итогов коммуникационных исследований. Определение сильных и слабых сторон корпоративной коммуникации, определение точек роста, разработка рекомендаций по совершенствованию системы коммуникаций на предприятии.
24	Изучение потребителей услуг предприятия. Проведение самостоятельного сегментирования потребителей, с использованием базы данных предприятия Исследование социально-демографических, психографических и потребительских характеристик выделенных сегментов.
25	Анализ потребительских мотивов и особенностей потребительского повеления. Составление карты персонажей для выделенных сегментов.
26	Разработка на основе полученных результатов исследования рекомендаций по совершенствованию коммуникационной деятельности предприятия.
27	Предложение варианта решения выявленных проблем посредством проведения рекомендуемых коммуникационных мероприятий. Обоснование предложенной концепции коммуникационной кампании.
28	Разработка сценария коммуникационных мероприятий и организационных материалов к ним в рамках модели 4P и F.
29	Разработка коммуникационных продуктов в рамках предложенного варианта коммуникационной кампании.
30	Обоснование предложенных креативных решений и медиастратегии.

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

Отчет должен быть оформлен в соответствии с требованиями ГОСТ 7.32-2017. и выполнен в компьютерном наборе. Отчет по практике предоставляется в виде печатного текста. Объем отчета по практике определяется его содержанием и составляет 15-20 страниц печатного текста через, TNR, 14 кегель, 1,5 интервал, выравнивание по ширине, абзац 1.25.

В отчете по практике студент должен отразить следующие вопросы:

- место и время прохождения практики;
- охарактеризовать текущую ситуацию в организации, для которой происходит разработка мероприятия – кратко охарактеризовать организацию, ее ассортиментную политику, ситуацию на рынке, место организации на рынке, ее целевую аудиторию, позиционирование, стратегические цели в области коммуникаций, особенности коммуникационной политики;
- сформулировать маркетинговые и коммуникационные цели разрабатываемого проекта: определить цель и задачи, осуществить выбор адресата коммуникации, сформулировать коммуникационную идею;
- описать особенности работы на практике над проектом:

1. этапы работы по созданию или реализации проекта; причины выбора тех или иных элементов проекта;
2. оценка эффективности проекта, причины успеха или неудач;
3. рекомендации по совершенствованию маркетинговой или рекламной деятельности предприятия.

- краткое изложение содержания и выполнения программы и индивидуального задания;
- последовательность прохождения практики, перечень работ, выполненных в ходе практики;
- описание практических задач, решаемых студентом за время прохождения практики;
- анализ наиболее сложных и характерных случаев, изученных студентом;
- описание навыков, приобретенных за время практики;
- предложения по организации труда на соответствующем участке работы.

В приложении отчета необходимо представить разработанную рекламную продукцию, разработанные планы реализации проекта, программу исследования и т.д.

Полный отчет о производственной практике состоит из:

1. Титульный лист (подписи обучающегося, руководителя практикой от предприятия, руководителя практикой от вуза и печать предприятия)
2. Рабочий график (план) практики и индивидуальное задание (подписи обучающегося, руководителя практикой от предприятия, руководителя практикой от вуза и печать предприятия)
3. Отзыв руководителя практикой от предприятия (подпись руководителя практикой от предприятия и печать организации - базы практики)
4. Отзыв руководителя практикой от вуза (подпись руководителя практикой от вуза)
5. Содержание
6. Введение
7. Основная часть отчета (процесс выполнения индивидуального задания)
8. Заключение
9. Список источников и используемой литературы
10. Приложение с вариантами коммуникационных продуктов.

4.3.4 Порядок проведения промежуточной аттестации по практике

Отчет по практике предоставляется в напечатанном виде и устно защищается. Обучающийся делает доклад с презентацией, общая продолжительность которого не должна превышать 8-10 мин. Аттестация проводится на выпускающей кафедре на основании анализа содержания отчета по практике, собеседования, презентации, отзыва руководителей практики. Оценку в отзыве проставляет руководитель практики от выпускающей кафедры.

5. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРАКТИКИ

5.1 Учебная литература

Автор	Заглавие	Издательство	Год издания	Ссылка
5.1.1 Основная учебная литература				
Сысоева, О. В.	Коммерциализация научных исследований и разработок	Саратов: Саратовский государственный технический университет имени Ю.А. Гагарина, ЭБС АСВ	2020	http://www.iprbookshop.ru/108689.html
Жмудь, В. А.	Методы научных исследований	Москва: Ай Пи Ар Медиа	2024	https://www.iprbookshop.ru/133157.html
Щербакова, Е. В., Ольховатов, Е. А.	Методы и средства научных исследований	Москва: Ай Пи Ар Медиа	2020	http://www.iprbookshop.ru/96558.html

Коротков, А. В.	Маркетинговые исследования	Москва: ЮНИТИ-ДАНА	2023	https://www.iprbookshop.ru/141811.html
Набатов, В. В.	Методы научных исследований	Москва: Издательский Дом МИСиС	2020	http://www.iprbookshop.ru/106886.html
Куликова О. М., Тропынина Н. Е.	Маркетинговые исследования	Санкт-Петербург: СПбГУПТД	2021	http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=202154
Тронин, В. Г., Сафиуллин, А. Р.	Методология научных исследований	Ульяновск: Ульяновский государственный технический университет	2020	http://www.iprbookshop.ru/106137.html
5.1.2 Дополнительная учебная литература				
Скибицкая, И. Ю., , Э. Г.	Деловые коммуникации	Новосибирск: Новосибирский государственный архитектурно-строительный университет (Сибстрин), ЭБС АСВ	2017	http://www.iprbookshop.ru/85883.html
Брезгина, К. В., Антинескул, Е. А., Ясырева, А. А.	Маркетинговые исследования	Саратов: Ай Пи Эр Медиа	2019	http://www.iprbookshop.ru/83809.html
Тонышева, Л. Л., Кузьмина, Н. Л., Чейметова, В. А.	Методы и организация научных исследований: теоретические основы и практикум	Тюмень: Тюменский индустриальный университет	2019	http://www.iprbookshop.ru/101416.html
Шабашова, Л. А.	Маркетинговые исследования	Симферополь: Университет экономики и управления	2019	http://www.iprbookshop.ru/89492.html
Логунова О.С., Романов П.Ю., Егорова Л.Г. и др.	Представление и визуализация результатов научных исследований	Москва: Инфра-М	2019	http://ibooks.ru/reading.php?short=1&productid=361537
Шаяхмедов, Р. И.	Основы научных исследований. Мнемотехника и приемы инновационного консалтинга	Астрахань: Астраханский государственный архитектурно-строительный университет, ЭБС АСВ	2020	http://www.iprbookshop.ru/100841.html
Махов, С. Ю.	Методы научных исследований	Орел: Межрегиональная Академия безопасности и выживания (МАБИВ)	2019	http://www.iprbookshop.ru/95404.html
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
Пучкова С. В.	Маркетинговые исследования	Санкт-Петербург: СПбГУПТД	2019	http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=2019412
Горлов, Н. И., Деревяшкин, В. М., Елистратова, И. Б.	Основы научных исследований	Новосибирск: Сибирский государственный университет телекоммуникаций и информатики	2019	http://www.iprbookshop.ru/102129.html
Родина Л Н	Маркетинговые исследования рынка. Организация и проведение практических работ	Санкт-Петербург: СПбГУПТД	2022	http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=202210

5.2 Перечень профессиональных баз данных и информационно-справочных систем

Информационная система «Единое окно доступа к образовательным ресурсам. Электронно-библиотечная система IPRbooks [Электронный ресурс]. URL: http://www.iprbookshop.ru/Электронно-библиотечная система IPRbooks [Электронный ресурс]. URL: http://www.iprbookshop.ru/

Базы данных информационного портала Restko.ru (Информационные системы рынка рекламы, маркетинга, PR – Базы рынка рекламы [Электронный ресурс]. URL: https://www.restko.ru/

Федеральный образовательный портал «Экономика Социология Менеджмент» [Электронный ресурс]. URL: http://ecsocman.hse.ru

Интернет-портал о рекламе, маркетинге и PR. [Электронный ресурс]. URL: www.sostav.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
Компьютерный класс	Мультимедийное оборудование, компьютерная техника с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду