

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

УТВЕРЖДАЮ
Директор ВШТЭ



Программа практики

Б2.О.01(У)

Учебная практика: профессионально-ознакомительная практика,
ч.1

Учебный план: _____ ФГОС3++b420301-3_26-14.plx

Кафедра: 35 Рекламы и современных коммуникаций

Направление подготовки:
(специальность) 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки:
(специализация) Пиар и управление бизнесом

Уровень образования: бакалавриат

Форма обучения: очная

План учебного процесса

Семестр		Сам. работа	Контроль, час.	Трудоё мкость, ЗЕТ	Форма промежуточной аттестации
2	УП	73,75	0,25	3	Зачет с оценкой
	ПП	73,75	0,25	3	
Итого	УП	73,75	0,25	3	
	ПП	73,75	0,25	3	

Программа практики 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):

старший преподаватель

Капелюш
Борисовна

Маргарита

От выпускающей кафедры:

Заведующий кафедрой

Лосева О.С.

Методический отдел:

Фахретдинова А. Р.

1 ВВЕДЕНИЕ К ПРОГРАММЕ ПРАКТИКИ

1.1 Цель практики: Сформировать компетенции обучающихся в сфере закрепления и углубления полученных теоретических знаний; овладение необходимыми навыками и умениями по избранной специальности; расширения представлений о будущей профессиональной деятельности.

1.2 Задачи практики:

- Закрепление теоретических знаний
- Развитие и накопление специальных навыков
- Усвоение приемов, методов и способов обработки учетной информации,
- Приобретение практических навыков в будущей профессиональной деятельности или в отдельных ее разделах

1.3 Требования к предварительной подготовке обучающегося:

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

2 КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ПРОХОЖДЕНИЯ ПРАКТИКИ

УК-1: Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач
Знать: методы и инструменты работы с информацией и данными;
Уметь: применять методики и инструменты обработки различных данных; осуществлять критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения целей и задач профессиональной деятельности.
Владеть: навыками эффективной обработки больших объемов информации; навыками критического анализа и синтеза информации; навыками системного подхода к решению задач профессиональной деятельности.
УК-4: Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)
Знать: правила и особенности деловой коммуникации в устной и письменной формах.
Уметь: осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах.
Владеть: навыками деловых коммуникаций в устной и письменной форме в профессиональной сфере.
УК-5: Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах
Знать: особенности различных культур в социально-историческом, этическом и философском контексте, специфику межличностного взаимодействия в профессиональной среде.
Уметь: эффективно осуществлять межличностную коммуникацию с учетом разнообразия межкультурного взаимодействия.
Владеть: навыками восприятия и общения в условиях межкультурного разнообразия общества в профессиональной среде.
УК-6: Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни
Знать: принципы и инструменты самообразования, повышения профессиональной квалификации и профессионального роста
Уметь: эффективно управлять собственными интеллектуальными и материальными ресурсами.
Владеть: навыками самосовершенствования, саморазвития, повышения профессиональной квалификации, построение комплексной системы развития профессиональных умений и навыков с учетом требований профессиональной сферы.
УК-7: Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности
Знать: роль и значение активного и здорового образа жизни.
Уметь: применять на практике разнообразные средства физической культуры, спорта для сохранения и укрепления здоровья в целях обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности.
Владеть: навыками ведения активного и здорового образа жизни для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности.

УК-10: Способен формировать нетерпимое отношение к проявлениям экстремизма, терроризма, коррупционному поведению и противодействовать им в профессиональной деятельности			
Знать: принципы, формы, методы профилактики экстремистских и террористических проявлений; основные принципы и содержание антикоррупционного законодательства			
Уметь: критически оценивать возникающие ситуации, отражающие проявления экстремизма и терроризма в практической деятельности; применять антикоррупционное законодательство на практике, анализировать причины появления коррупционного поведения в обществе, организовывать и проводить мероприятия, обеспечивающие формирование гражданской позиции и предотвращение коррупции в социуме			
Владеть: навыками профилактической работы, направленной на предупреждение экстремистской деятельности и вовлечения в террористические организации; основами антикоррупционной деятельности, навыками взаимодействия в обществе на основе нетерпимого отношения к коррупции			
ОПК-2: Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах			
Знать: систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития в контексте профессиональной деятельности			
Уметь: анализировать систему общественных и государственных институтов на основе обработки актуальной медийной информации.			
Владеть: навыками работы с медиа и коммуникационными продуктами в процессе освещения деятельности общественных и государственных систем.			
ОПК-3: Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов			
Знать: основные источники получения научно-практической информации в сфере отечественной и мировой культуры.			
Уметь: выделять культурные феномены, наиболее значимые для создания текстов рекламы и PR и иных коммуникационных продуктов.			
Владеть: способностью создавать коммуникационные и медиапродукты, используя потенциал отечественной и зарубежной культуры			
ОПК-4: Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности			
Знать: основы проведения исследований запросов и потребностей аудитории;			
Уметь: представлять результаты исследования запросов и потребностей аудитории;			
Владеть: навыками исследований запросов и потребностей аудитории.			
ОПК-6: Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности			
Знать: назначение и характеристики технических средств, информационно-коммуникационные технологии применяемые в профессиональной сфере.			
Уметь: применять цифровые технологии и средства в процессе проектирования медиа и коммуникационных продуктов.			
Владеть: навыками проектирования коммуникационного продукта с использованием современных информационных технологий.			
ОПК-7: Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности			
Знать: методы оценки соответствия результатов профессиональной деятельности принципам социальной ответственности и нормам правового и этического регулирования.			
Уметь: анализировать эффекты медиа и коммуникационного продукта и оценивать его соответствие принципам социальной ответственности и нормам правового и этического регулирования.			
Владеть: навыками оценки и создания медиа и коммуникационного продукта в рамках правового и этического поля.			

3 СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИКИ

Наименование и содержание разделов (этапов)	Семестр	Контактная работа *	СР (часы)
		Пр. (часы)	
Раздел 1. Организационный этап прохождения практик			

Этап 1. Изучение содержания программы практики. Получение рекомендаций по выполнению заданий практики. Изучение научно-исследовательской и методической литературы.	2	4
Этап 2. Изучение материалов о профессиональной деятельности по обучаемому направлению подготовки (как найти работу, должности в рекламе, профессиональный стандарт рекламиста).	2	2
Этап 3. Выбор тематики и материалов для выполнения заданий по практике. Оформление документов для прохождения практики, индивидуальное планирование деятельности	2	4
Раздел 2. Практический этап прохождения практики		
Этап 4. Сбор, обработка и анализ информации по выбранному проекту (ведение сообщества). Разработка рекламных и PR-сообщений и их публикаций.	8	20,75
Этап 5. Подготовка инструментария для создания контента по теме индивидуального задания.	8	15
Раздел 3. Итоговой этап прохождения практики		
Этап 6. Обработка и систематизация проделанной работы.	8	14
Этап 7. Подведение итогов исследования, написание и представление отчета по теме индивидуального задания. Презентация отчетных материалов.	4	14
Итого в семестре	34	73,75
Промежуточная аттестация (Зачет с оценкой)	0,25	
Всего контактная работа и СР по практике	34,25	73,75

4. 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.

5. ОПИСАНИЕ ПОКАЗАТЕЛЕЙ, КРИТЕРИЕВ, СИСТЕМЫ И СРЕДСТВ ОЦЕНИВАНИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ ПРОХОЖДЕНИЯ ПРАКТИКИ

5.1 Показатели оценивания

Код компетенции	Показатели оценивания результатов прохождения практики
УК-1	обладает теоретическими знаниями о методах и инструментах работы с информацией и данными; способен применять методики и инструменты обработки различных данных и системный подход для решения целей и задач профессиональной деятельности; работает с большими объемами информации, систематизирует и обобщает полученные в результате исследования выводы
УК-4	демонстрирует знание правил и особенностей деловой коммуникации в устной и письменной формах; способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах в профессиональной сфере.
УК-5	анализирует особенности различных культур в социально-историческом, этическом и философском контексте, специфику межличностного взаимодействия в профессиональной среде; способен осуществлять межличностную коммуникацию с учетом разнообразия межкультурного взаимодействия; обладает навыками восприятия и общения в условиях межкультурного разнообразия общества в профессиональной среде.
УК-6	демонстрирует знание принципов и инструментов самообразования, повышения профессиональной квалификации и профессионального роста; способен эффективно управлять собственными интеллектуальными и материальными ресурсами; способен на практике применять навыки самосовершенствования, саморазвития, повышения профессиональной квалификации; способен построить комплексную систему развития профессиональных умений и навыков с учетом требований профессиональной сферы
УК-7	понимает роль и значение активного и здорового образа жизни; применяет на практике разнообразные средства физической культуры, спорта для сохранения и укрепления здоровья; ведет активный и здоровый образ жизни для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности.
УК-10	демонстрирует знание принципов, форм, методов профилактики экстремистских и террористических проявлений, а также основные принципы и содержание антикоррупционного законодательства; анализирует и оценивает возникающие ситуации, отражающие проявления

	экстремизма и терроризма в практической деятельности; обладает знаниями о применимости антикоррупционное законодательство на практике; анализирует причины появления коррупционного поведения в обществе; способен организовывать и проводить мероприятия, обеспечивающие формирование гражданской позиции и предотвращение коррупции в социуме
ОПК-2	демонстрирует знание системы общественных и государственных институтов, механизмов их функционирования и тенденций развития в контексте профессиональной деятельности; способен проанализировать систему общественных и государственных институтов на основе обработки актуальной медийной информации; работает с медиа и коммуникационными продуктами в процессе освещения деятельности общественных и государственных систем.
ОПК-3	анализирует основные источники получения научно-практической информации в сфере отечественной и мировой культуры; способен выделять культурные феномены, наиболее значимые для создания текстов рекламы и PR и иных коммуникационных продуктов; создает коммуникационные и медиапродукты, используя потенциал отечественной и зарубежной культуры
ОПК-7	демонстрирует знание методов оценки соответствия результатов профессиональной деятельности принципам социальной ответственности и нормам правового и этического регулирования; анализирует эффекты медиа и коммуникационного продукта и оценивает его соответствие принципам социальной ответственности и нормам правового и этического регулирования; способен создать медиа и коммуникационного продукт в рамках правового и этического поля.
ОПК-4	описывает основы проведения исследований запросов и потребностей аудитории (ключевые методы: опросы, интервью, анализ цифровых следов, наблюдение); обрабатывает и структурирует полученные в ходе исследования данные о запросах и потребностях аудитории; применяет на практике базовые навыки проведения исследований запросов и потребностей аудитории (сбор первичных данных, работа с обратной связью, мониторинг).
ОПК-6	демонстрирует понимание роли и видов информационно-коммуникационных технологий (ИКТ), применяемых при создании и распространении медиа- и коммуникационных продуктов; использует доступные инструменты ИКТ для реализации поставленных задач в ходе практики; демонстрирует навыки проектирования простейшего коммуникационного продукта (например, макета публикации, сценария поста, структуры отчета) с применением современных информационных технологий.

5.2 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; качество оформления отчета и презентации соответствуют требованиям. В процессе защиты отчета обучающийся дал полный, исчерпывающий ответ, явно демонстрирующий глубокое понимание предмета и широкую эрудицию в оцениваемой области. Письменный отчет выполнен в полном соответствии с программой практики и индивидуальным заданием. Содержание структурировано логично, выводы аргументированы и имеют практическую ценность. Продемонстрировано умение анализировать информацию, применять системный подход и современные инструменты. Работа содержит элементы научной или творческой новизны.
4 (хорошо)	Обучающийся соблюдал сроки прохождения практики; отчетные материалы в целом соответствуют программе практики, содержат стандартные выводы и рекомендации практиканта; индивидуальное задание выполнено; качество оформления отчета и презентации соответствуют требованиям. В процессе защиты отчета обучающийся дал полный ответ, основанный на проработке всех обязательных источников информации. Подход к материалу ответственный, но стандартный. Письменный отчет выполнен в срок, соответствует программе практики и индивидуальному заданию. Содержание раскрыто полностью, но содержит незначительные замечания по структуре или глубине анализа. Выводы и рекомендации носят стандартный характер. Оформление соответствует требованиям, допускаются незначительные отклонения от ГОСТ (не более 2-3 недочетов).
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 отчета и / или презентации 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. Письменный отчет выполнен формально, соответствует программе практики лишь в основных разделах. Индивидуальное задание выполнено с ошибками или не в полном объеме. Аналитическая часть поверхностна,

	собственные выводы отсутствуют или слабо аргументированы. В оформлении имеются существенные нарушения требований (многочисленные ошибки в форматировании, несоблюдение объема).
2 (неудовлетворительно)	Обучающийся систематически нарушал сроки прохождения практики; не смог справиться с практической частью индивидуального задания; отчетные материалы частично не соответствуют программе практики; качество оформления отчета и / или презентации 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. Письменный отчет не соответствует программе практики, индивидуальное задание не выполнено. Содержание не раскрывает цели и задачи практики. Оформление выполнено с грубыми нарушениями или отсутствует. Обучающийся не готов защищать представленный материал.

5.3 Типовые контрольные задания и/или иные материалы, используемые для оценки результатов прохождения практики

5.4.1 Типовые контрольные вопросы

№ п/п	Формулировки вопросов
Семестр 2	
1	Перечислите отличия и сходства между рекламой и PR.
2	Дайте определение понятию «реклама». Каковы ее основные цели и функции в современном обществе?
3	Назовите и кратко опишите ключевых участников рекламного рынка: рекламодатель, рекламное агентство, рекламопроизводитель, медианоситель, целевая аудитория.
4	Какие существуют подходы к классификации рекламы? (Например, по типу целевой аудитории, по территории распространения, по цели).
5	Что такое ATL-, BTL- и TTL-коммуникации? В чем разница между этими понятиями?
6	Перечислите основные виды рекламы по критерию цели (имиджевая, стимулирующая, реклама стабильности и т.д.). Приведите примеры.
7	Дайте характеристику рекламе в печатных СМИ (пресса). Каковы ее преимущества и недостатки?
8	Каковы особенности наружной рекламы и рекламы на транспорте? Какие креативные приемы здесь возможны?
9	Охарактеризуйте рекламу на телевидении и радио. В чем сила и слабость этих каналов на сегодняшний день?
10	Что такое «product placement»? Можно ли его считать рекламой? Приведите известные вам примеры.
11	Какие форматы рекламы в интернете вы знаете? (Медийная, контекстная, таргетированная, нативная реклама).
12	Почему социальные сети стали важным каналом для продвижения товаров и услуг? В чем их главное отличие от традиционных СМИ?
13	Перечислите основные социальные платформы. Кратко опишите специфику аудитории каждой из них.
14	Что такое SMM (Social Media Marketing)? Какие задачи бизнеса можно решать с помощью SMM?
15	Какие существуют форматы присутствия бренда в соцсетях?
16	Как измерить эффективность присутствия бренда в социальной сети (метрики: охват, вовлеченность (ER), прирост подписчиков, переходы на сайт)?
17	Дайте определение понятию «контент» в маркетинге. Каким требованиям должен отвечать качественный контент?
18	Перечислите основные виды контента по форме подачи: текстовый, визуальный, аудио, видео. Приведите примеры использования каждого вида.
19	Что такое «полезный контент» и «развлекательный контент»? В чем их задачи?
20	Какие правила написания постов для социальных сетей вы знаете? (Структура, заголовки, призывы к действию).
21	Что такое контент-план и для чего он нужен специалисту по рекламе и PR?
22	Из каких основных разделов состоит контент-план (даты/время, площадка, тема поста, формат, визуал, текст)?
23	Что такое «рубрикатор» контента? Зачем нужно чередовать разные рубрики в ленте?
24	Проанализируйте рекламный пост любого известного бренда в соцсетях. Соответствует ли он требованиям к эффективной рекламе? Что можно улучшить?
25	Как вы понимаете фразу: «Контент — это топливо для социальных сетей»?
26	Какие навыки, полученные вами в ходе прохождения вводной практики, вы считаете самыми важными для дальнейшей учебы по специальности?

27	Что такое «бриф» в рекламном агентстве?
28	Какие виды брифов существуют?
29	Перечислите основные этапы создания рекламного продукта (от стратегии до размещения).
30	Что такое «медиаплан»? Из каких ключевых показателей (показателей) он состоит?
31	Какие существуют методы определения эффективности рекламы (экономическая и коммуникативная эффективность)?
32	В чем заключается роль Public Relations (PR) в системе интегрированных маркетинговых коммуникаций?
33	Дайте определение понятию «таргетированная реклама». В чем ее отличие от контекстной?
34	Что такое «воронка продаж» (AIDA, AARRR) и как контент влияет на прохождение этапов воронки?
35	Какие тренды в digital-маркетинге и SMM вы считаете наиболее значимыми на текущий момент?
36	Опишите структуру типового отдела маркетинга или рекламы в компании. Какие специалисты туда входят?
37	Каковы особенности продвижения b2b (business-to-business) и b2c (business-to-consumer) продуктов
38	Какие инструменты для автоматизации постинга (SMM-планеры, сервисы аналитики) вы знаете?
39	Какие существуют подходы к сегментированию целевой аудитории (географический, демографический, психографический и др.)?
40	Какие навыки (hard skills и soft skills) являются ключевыми для успешного специалиста по рекламе и PR?
41	Как вы оцениваете свой личный вклад в выполнение задач практики? Что было самым сложным, а что — самым интересным?

5.4 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания результатов прохождения практики

5.4.1 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»

5.4.2 Форма проведения промежуточной аттестации по практике

Устная ☐ + Письменная ☐ + Компьютерное тестирование ☐ Иная ☐

5.4.3 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.

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРАКТИКИ

6.1 Учебная литература

Автор	Заглавие	Издательство	Год издания	Ссылка
5.1.1 Основная учебная литература				
Ромат Е., Сендеров Д.	Реклама: Учебник для вузов. 8-е изд. Стандарт третьего поколения. — (Серия «Учебник для вузов»)	Санкт-Петербург: Питер	2022	https://ibooks.ru/reading.php?short=1&productid=379960
Чилингер, Е. Ю.	Реклама и связи с общественностью: введение в профессию	Москва: Ай Пи Ар Медиа	2020	http://www.iprbookshop.ru/95336.html
5.1.2 Дополнительная учебная литература				
Шамхалова, С. Ш.	Теле- и радиореклама. Секреты завоевания потребителей	Москва: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа	2019	http://www.iprbookshop.ru/83154.html
Шевченко, Е. П.	Реклама как вид искусства	Саратов: Издательство Саратовского университета	2020	http://www.iprbookshop.ru/106271.html

Богуславская, В. В., Ерофеева, И. В., Тепляшина, А. Н., Толстокулакова, Ю. В., Ерофеевой, И. В.	Моделирование медиатекста	Саратов: Ай Пи Ар Медиа	2020	http://www.iprbookshop.ru/88597.html
---	------------------------------	----------------------------	------	---

6.2 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/>
Электронно-библиотечная система IPRbooks [Электронный ресурс]. URL: <http://www.iprbookshop.ru/>
Mediascope — технологичная исследовательская компания, лидер российского рынка медиаисследований, мониторинга рекламы и СМИ. [Электронный ресурс]. <https://mediascope.net/data/>

6.3 Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения

MicrosoftWindows 8

MicrosoftOfficeProfessional 2013

6.4 Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по практике

Компьютерный класс с ПК доступом в интернет.

Мультимедийный проектор, экран.

Аудитория	Оснащение
Компьютерный класс	Мультимедийное оборудование, компьютерная техника с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду
Лекционная аудитория	Мультимедийное оборудование, специализированная мебель, доска