

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Ахьямова Инна Анатольевна
Должность: Ректор
Дата подписания: 28.01.2022 01:45:29
Уникальный программный ключ:
82a7403979511441bcf64f6cec44750ff3a6f374


Управление культуры Администрации города Екатеринбурга
муниципальное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Екатеринбургская академия современного искусства»

(институт)

Кафедра социокультурного развития территории

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебно-
воспитательной работе

 А.С. Славина
_____ 2021

Производственная практика

(получение первичных профессиональных умений и навыков, в том числе
первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности)

направление подготовки: 50.03.01 Искусство и гуманитарные науки

направленность (профиль) подготовки:

«Арт- и спорт-маркетинг»

квалификация выпускника – бакалавр

форма обучения: для заочной формы обучения

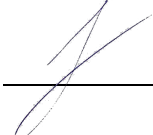
Екатеринбург

2021

Программа производственной практики для студентов, обучающихся по направлению подготовки 50.03.01 Искусство и гуманитарные науки, направленность (профиль) подготовки «Арт- и спорт-маркетинг». Екатеринбург: Екатеринбургская академия современного искусства, 2021. 21 стр.

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению 50.03.01 Искусство и гуманитарные науки

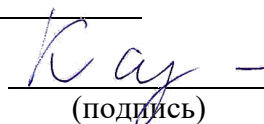
Составитель:

доцент кафедры социокультурного развития территории  И.М. Аликперов

Рассмотрена и утверждена на заседании кафедры Социокультурного развития территории

протокол от 31.08.2021 № 1

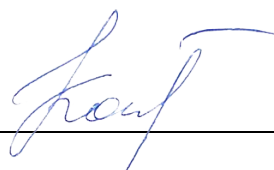
Заведующий кафедрой


(подпись)

Казакова С.В.

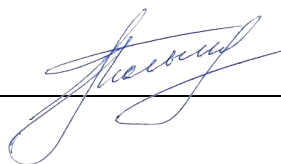
Согласовано:

Заведующий Библиотечно-информационным центром



Кожина С.П.

Начальник Отдела
информационного
обеспечения



Кольшкин А.В.

1. Цель и задачи практики

1.1. Цель производственной практики: формирование готовности обучающихся к осуществлению проектной деятельности, отвечающей потребностям муниципальной сферы культуры и спорта города Екатеринбурга и других территорий.

1.2. Задачи практики:

- 1) изучение опыта конкретного учреждения через участие в его деятельности;
- 2) освоение технологии разработки и управления проектом самостоятельно или в составе команды учреждения / организации культуры или спорта;
- 3) применение навыков оценки эффективности управленческой деятельности;
- 4) подготовка пакета документов по итогам практики.

2. Вид, тип, форма и способ организации практики:

2.1. Вид практики: производственная.

2.2. Тип практики: практика по получению первичных профессиональных умений и навыков.

2.3. Формы проведения практики определяются в зависимости от сроков проведения: дискретная (в ходе учебного года).

2.4. Сроки прохождения практики: дискретная; для студентов заочной формы обучения, 3 курс, 6 семестр.

2.5. Форма промежуточной аттестации: дифференцированный зачет.

2.6. Способы проведения практики: стационарная практика – проводится в организациях культуры, досуга и спорта (преимущественно муниципальных), расположенных на территории города Екатеринбурга и в других территориях.

3. Перечень планируемых результатов обучения при прохождении практики

3.1. Практика направлена на формирование следующих компетенций в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 50.03.01 Искусство и гуманитарные науки: ПК-9 – способность разрабатывать и реализовывать проекты различного типа в образовательных организациях и культурно-просветительских учреждениях, в социально-педагогической, гуманитарно-организационной, книгоиздательской, массмедийной и коммуникативной сферах

3.2. Взаимосвязь планируемых результатов обучения при прохождении практики (знания, умения, навыки и (или) опыт деятельности) и планируемых результатов освоения образовательной программы (компетенций обучающегося):

Таблица 1

Результатов освоения образовательной программы

Код и название компетенции	Содержание компетенции		
	знания	умения	Навыки и (или) опыт деятельности
ПК-9 – способность разрабатывать и реализовывать проекты различного типа в	Знает: - основные функции и методы управления маркетинговой	Умеет: - изучать текущий и потенциальный спрос на социокультурные услуги; -организовывать	Владеет: - методами эффективного использования ресурсов учреждения

<p>образовательных организациях и культурно-просветительских учреждениях, в социально-педагогической, гуманитарно-организационной, книгоиздательской, массовой и коммуникативной сферах</p>	<p>деятельностью в учреждениях культуры и спорта, ее специфику;</p> <p>- роль маркетинга в проектировании и управлении продвижением культурных проектов;</p> <p>- методы сбора первичной информации, ее обработку и анализ для эффективного позиционирования организации и ее проектов;</p> <p>- основные средства коммуникации для продвижения проектов организации</p>	<p>маркетинговую деятельность в оптимальной координации с другими подразделениями учреждения культуры/спорта;</p> <p>-взаимодействовать взаимовыгодно с партнерами, клиентами, сотрудниками, грантодателями, благотворителями и спонсорами;</p> <p>-разрабатывать маркетинговые акции для привлечения доноров и партнеров;</p> <p>-анализировать рынок и предложение проектов в региональной социокультурной среде;</p> <p>-организовывать и проводить маркетинговые исследования;</p> <p>-собирать и анализировать вторичную и первичную информацию в ходе маркетинговых исследований;</p> <p>-формировать бюджет проекта с точки зрения привлекательности для доноров</p>	<p>культуры/спорта для создания и продвижения конкурентоспособных продуктов;</p> <p>- информацией о возможностях и состоянии социокультурного проектирования в регионе;</p> <p>- информацией и знаниями создания привлекательных проектов и их конкурентоспособности;</p> <p>-знаниями, помогающими продвигать проекты организации для привлечения внимания государственных и частных структур</p>
---	--	---	--

4. Место практики в структуре образовательной программы

Б2. В.02 (У) Производственная практика является обязательным видом учебной работы обучающихся, входит в раздел Б2 «Практики (Вариативная часть)» по направлению подготовки 50.03.01 Искусство и гуманитарные науки.

5. Объем практики

Производственная практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности имеет содержательную взаимосвязь с дисциплинами базовой и вариативной частей учебного плана (Технологический практикум по профилю, Управление качеством, Экономика организации, Управление проектами, Основы фандрайзинга), а также коррелирует с задачами подготовки курсовой работы №2 (проекта) и логически связана с преддипломной практикой.

Согласно утвержденному учебному плану, объем учебной практики по получению первичных профессиональных умений и навыков составляет 108 часов, 3 зач. ед.

6. Содержание (структура) практики

Таблица 2

Виды деятельности студента во время практики и их содержание

6.1. Виды и содержание деятельности студента в ходе практики

№	Этапы деятельности	Содержание деятельности	Количество часов
1	Организационный этап	Участие в установочной конференции: – постановка целей и задач практики; – ознакомление с содержанием практики; – определение учреждения-базы практики, назначение руководителей; – инструктаж по технике безопасности. Составление индивидуального плана практики Консультации с руководителем практики от кафедры	8
2	Подготовительный этап	Знакомство с учреждением, выполнение задания №1 (общая характеристика учреждения культуры/спорта). Консультации и собеседование с руководителем практики от учреждения, определение и согласование индивидуальных заданий практики	16
3	Технологический этап	Выполнение задания № 2 (участие в проектах данного учреждения). Выполнение задания № 3 (разработка и реализация учебного проекта). Выполнение задания № 4 (маркетинговый анализ реализуемого проекта). Выполнение задания № 5 (самоанализ и самооценка результатов практики). Ведение дневника практики	60
4	Аналитический этап	Оформление материалов отчета и дневника производственной практики Обсуждение отчета с руководителями практики, внесение корректировок в отчет Подготовка к итоговой конференции (доклад и создание мультимедийной презентации)	20
5	Заключительный этап	Участие в итоговой конференции (защита отчета по итогам прохождения производственной практики)	4

Задания на практику

Задание 1: общая характеристика и анализ маркетинговой деятельности учреждения культуры/спорта – базы практики.

Анализ идеологии (миссии) учреждения, основных целей и задач деятельности, а также характеристика целевой аудитории (демографические, географические и психологические параметры, социальное положение).

Анализ нормативных документов, являющихся основанием для функционирования учреждения (лицензии, устав и т.д.).

Характеристика особенностей организационной структуры учреждения, существующих процедур контроля и управления, механизмов мотивации персонала,

Характеристика коммуникаций с целевыми аудиториями (сайт, соцсети, а также массовые мероприятия и PR-акции, проведенные в текущем календарном году для привлечения внимания к учреждению культуры).

Задание 2: участие в проектах данного учреждения:

- назвать и охарактеризовать проект/проекты (название, время проведения, цель, целевые аудитории, продукты и результаты проектов), которые были реализованы в учреждении за период практики;
- практиканту необходимо принять участие в проектах учреждения (не менее 2-х) и описать свои обязанности;
- назвать достоинства и недостатки в реализации данных проектов.

Задание 3: разработка и реализация учебного проекта (в рамках выполнения курсовой работы №2) самостоятельно или в составе команды проекта конкретного учреждения/организации сферы культуры или спорта

Необходимо: обосновать актуальность проекта, представить устав проекта, план управления проектом, смету проекта, продукты и результаты. Необходимо констатировать факт разработки и реализации проекта (место и время¹, обозначить состав команды проекта, количество участников и т.д.), представить критерии и показатели его эффективности, методы оценки этих показателей. В приложении к отчету практики представить документы, доказывающие факт разработки и реализации проекта (фотографии, приказы, благодарности, афиши, анонсы, билеты, программы и др.).

Задание 4: маркетинговый анализ реализуемого проекта – необходимо с помощью инструментов комплекса маркетинга проанализировать проект в учреждении культуры.

Задание 5: самоанализ и самооценка результатов практики. Примерный план самоанализа: *«В результате учебной практики я узнал(а) ... Практика позволила мне продемонстрировать следующие умения ... Практика помогла мне развить такие личностные и профессиональные качества как ... Сложности, которые возникли в ходе практики (насколько удалось реализовать плановые задачи и задания практики, намеченный объем часов по каждому виду работ) ...Предложения по организации практики ...».*

Подробная структура отчета по выполнению данных заданий изложена в приложении 5.

7. Формы отчетности по практике

Формы отчетности:

¹ Место и время реализации проекта может не совпадать с временем производственной практики и базой практики.

– отчет по практике, в приложениях которого должны быть представлены: свод-график практики, дневник практики; оценочные листы.

– выступление на итоговой конференции (с презентацией).

Все формы отчетности по практике сдаются на кафедру на бумажном и электронном носителях (CD-диск).

Отчет содержит анализ результатов выполнения обучающимся всех заданий по практике. В Приложении к Отчету должна быть представлена документация по практике (свод-график, дневник практики, оценочные листы, сертификаты участия (например, в конференции), фотодокументы и иные документы, подтверждающие активность студента).

Свод-график прохождения практики – документ планирования и распределения выполнения задач практики в рамках сроков ее проведения.

Дневник отражает процесс прохождения практики обучающимся. В дневнике фиксируется содержание индивидуального задания на практику и факт его выполнения, график консультирования с руководителями практики от учреждения культуры или спорта и академии, ход выполнения каждого задания с указанием затраченного времени. Дневник является частью отчета по практике.

Обязательной формой приложения к отчету является **мультимедийная презентация**, используемая студентом в процессе публичной защиты материалов отчета при выступлении на итоговой конференции по практике.

Структура отчета о прохождении учебной практики

Отчет о прохождении практики содержит следующие компоненты (см.: шаблоны документов в Приложении):

- Титульный лист
- Содержание
- Список использованных источников (не менее 10 источников)

Приложения:

- Свод-график практики
- Дневник практики
- Лист оценки руководителя от учреждения
- Лист оценки руководителя практики от кафедры
- Фотоматериалы, скриншоты, благодарственные письма и иные документы, необходимые для обоснования выполнения заданий и подтверждения достижений студента во время практики.

8. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся

8.1. Перечень компетенций с указанием уровней их формирования

Компетенция ПК-9 - способность использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности.

8.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных уровнях формирования, описание шкал оценивания

Таблица 3

Показатели и критерии

Код компете	Критерии оценивания компетенций в соответствии с уровнем освоения ОП, шкалы оценивания
--------------------	---

нции	Пороговый 55-70 баллов	Базовый 71-85 баллов	Повышенный 86-100 баллов
ПК-9	Имеет примерное представление об основных направлениях маркетинговой деятельности учреждения культуры и спорта, основных инструментах ее реализации и изучения спроса на проекты; Умеет использовать основные методы маркетингового исследования для социокультурного проектирования. Владеет навыками изучения маркетинговой деятельности учреждений культуры и спорта для проектирования	Уверенно знает алгоритм анализа маркетинговой деятельности учреждения культуры /спорта и изучения спроса на их услуги для последующего проектирования; -знает актуальные маркетинговые задачи для учреждений культуры. Умеет устанавливать взаимосвязь между отдельными элементами комплекса маркетинга для успешного продвижения проектов. Владеет инструментами исследования применения маркетинга в деятельности учреждений культуры и спорта.	Отлично знает специфику применения маркетинга в сфере культуры, владеет инструментами маркетингового исследования в данной сфере и разработки маркетинговых акций; Умеет анализировать и объяснять использование элементов комплекса маркетинга в деятельности учреждения культуры и спорта для проектирования новых культурных и спортивных продуктов; Владеет навыками выявления потенциальных возможностей в совершенствовании маркетинговой деятельности в соответствии с актуальными потребностями развития социокультурной ситуации г. Екатеринбурга

8.3. Типовые контрольные задания, необходимые для оценки знаний, умений и опыта деятельности, характеризующие этапы формирования компетенций.

1. Охарактеризовать ведомственную принадлежность учреждения культуры или спорта – базы практики (федеральное, областное муниципальное государственное учреждение культуры, ИП, некоммерческая организация, иное).
2. Обозначить основной вид деятельности учреждения.
3. Описать идеологию (миссию) учреждения, его цели и задачи согласно Уставу.
4. Описать целевую аудиторию потребителей.
5. Перечислить и охарактеризовать наиболее значимые проекты учреждения.
6. Перечислить нормативные документы, являющиеся основанием для функционирования учреждения (лицензии, устав и т.д.).
7. Графически представить организационную структуру учреждения.
8. Обозначить, какие сотрудники, каких структурных подразделений. выполняют маркетинговые задачи.
9. Перечислить применяемые инструменты маркетинга в практической деятельности учреждения культуры или спорта.

10. Перечислить процедуры контроля и управления (оперативное совещание, система мониторинга, аналитическая информация и т.д.) маркетинговой деятельностью.

11. Перечислить процедуры информационного обмена и взаимодействия с потребителями и партнерами.

12. Охарактеризовать результаты деятельности учреждения, назвать примеры его влияния на развитие социокультурной среды города (3-5 примеров).

13. Выявить проблемы в маркетинговой деятельности учреждения – базы практики.

14. Представить предложения по сотрудничеству с ЕАСИ (прохождение практики студентами ЕАСИ, спонсорство, предоставление площадей, совместные проекты и т.д.).

8.4. Методические рекомендации, определяющие процедуру оценивания знаний, умений и опыта деятельности

Дифференцированный зачет по практике проводится в виде итоговой конференции. Каждый студент представляет результаты прохождения практики в виде письменного отчета по практике и устного публичного доклада о результатах прохождения практики, сопровождаемого мультимедийной презентацией.

На доклад обучающемуся предоставляется 7 минут, последующее обсуждение составляет 5-10 минут.

Для проведения процедуры публичной защиты результатов практики на итоговой конференции требуется учебная аудитория с мультимедийным оборудованием.

Защита проводится при участии комиссии (3 человека) из числа преподавателей кафедры социокультурного развития территории.

8.5. Итоговая оценка

Итоговая сумма баллов складывается из следующих показателей:

- оценка руководителя практики от учреждения-базы практики (30 баллов)
- оценки руководителя практики от кафедры (30 баллов) (См. Приложение 5);
- оценка за доклад, презентацию и ответы на вопросы на итоговой конференции (40 баллов).

Таблица 4

Система оценивания уровня сформированности компетенций руководителями практики (от профильной организации и от кафедры)

Код и название компетенции	Содержание компетенции	Баллы	
		min	max
ПК-9	Знать: - основные функции и методы управления маркетинговой деятельностью в учреждениях культуры и спорта, ее специфику; - роль маркетинга в проектировании и управлении продвижением культурных проектов; - методы сбора первичной информации, ее обработку и анализ для эффективного позиционирования организации и ее проектов; - основные средства коммуникации для продвижения	5	10

	<p>проектов организации</p> <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - изучать текущий и потенциальный спрос на социокультурные услуги; -организовывать маркетинговую деятельность в оптимальной координации с другими подразделениями учреждения культуры и спорта; -взаимодействовать взаимовыгодно с партнерами, клиентами, сотрудниками, грантодателями, благотворителями и спонсорами; -разрабатывать маркетинговые акции для привлечения доноров и партнеров; -анализировать рынок и предложение проектов в региональной социокультурной среде; -организовывать и проводить маркетинговые исследования; -собирать и анализировать вторичную и первичную информацию в ходе маркетинговых исследований; -формировать бюджет проекта с точки зрения привлекательности для доноров 	5	10
	<p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> -методами эффективного использования ресурсов учреждения культуры/спорта для создания и продвижения конкурентоспособных продуктов; - информацией о возможностях и состоянии социокультурного проектирования в регионе; - информацией и знаниями создания привлекательных проектов и их конкурентоспособности; -знаниями, помогающими продвигать проекты организации для привлечения внимания государственных и частных структур. 	5	10
	Итого	15	30

Таблица 5.

Система оценивания публичной защиты результатов прохождения практики

№	Вид	Критерии оценки	Баллы	
			min	max
1	Устный доклад	<ul style="list-style-type: none"> – Логичность изложения, степень свободы владения материалом – Обоснование результатов анализа маркетинговой деятельности учреждения культуры /спорта – Способность к демонстрации собственной позиции 	7	10

2	Мультимедийная презентация	<ul style="list-style-type: none"> – Логика содержания презентации – Оформление презентации – Демонстрация уровня ИКТ-компетентности 	6	10
3	Отчет	<ul style="list-style-type: none"> - Знание основных инструментов маркетинговой деятельности учреждения культуры и спорта; - Демонстрация умения обобщать материал и делать выводы - Аргументация нормативно-правовых оснований для анализа проектной деятельности учреждения – Своевременное предъявление отчета, оформленного в соответствии с требованиями 	6	10
4	Ответы на вопросы	<ul style="list-style-type: none"> – Умение оппонировать, аргументировано отвечать на вопросы – Демонстрация мотивированной потребности в профессиональном развитии – Полнота и грамотность ответа, наличие культуры коммуникации. 	6	10
	Итого		25	40

Итоговая оценка определяется по шкале оценивания результатов учебной практики:

- от 55 до 70 – оценка «удовлетворительно»;
- от 71 до 85 – оценка «хорошо»;
- от 86 до 100 – оценка «отлично».

Таблица 6

Сводная таблица оценки результатов прохождения практики

№	Вид оценки	Баллы	
		min	max
1	Оценка руководителя от профильной организации	15	30
2	Оценка руководителя от кафедры	15	30
3	Оценка защиты результатов практики	25	40
	Итого	55	100

8.6. Лист оценивания руководителя практики (от профильной организации и кафедры)

Руководители практики заполняют листы оценивания (Приложение 5), в котором руководитель оценивает профессиональные качества практиканта и качество выполненной работы, степень реализации программы практики. Руководитель оценивает ответственность, самостоятельность, трудовую дисциплину, коммуникабельность практиканта, вносит предложения по корректировке заданий практик.

9. Перечень учебной литературы и ресурсов сети Интернет, необходимых для проведения практики

9.1. Основная литература

1. Маркетинг: учебник и практикум для вузов / Л. А. Данченко [и др.] ; под редакцией Л. А. Данченко. М. : Юрайт, 2020. 486 с. (Высшее образование). ISBN 978-5-534-01560-7 // ЭБС Юрайт. URL: <https://urait.ru/bcode/450037>
2. Маркетинговые исследования: теория и практика: учебник для прикладного бакалавриата / С. П. Азарова [и др.] ; под общей редакцией О. Н. Жильцовой. М. : Юрайт, 2019. 314 с. (Бакалавр. Академический курс). ISBN 978-5-9916-3285-0 // ЭБС Юрайт. URL: <https://urait.ru/bcode/425984>
3. Мяконьков В. Б. Спортивный маркетинг: учебник для вузов / В. Б. Мяконьков, Т. В. Копылова, Н. М. Егорова; под общей редакцией В. Б. Мяконькова. М. : Юрайт, 2020. 284 с. (Высшее образование). ISBN 978-5-534-12861-1 // ЭБС Юрайт. URL: <https://urait.ru/bcode/448462>
4. Положение об оформлении всех видов учебных и аттестационных работ. – Екатеринбург: в текущей редакции.
5. Положение о практике. Екатеринбург: в текущей редакции.

9.2. Дополнительная литература, интернет-ресурсы

6. Годин А.М. Маркетинг: учебник. 10-е изд., перераб. и доп. М.: Дашков и К°, 2017. 656 с.
7. Котлер Ф. Основы маркетинга: краткий курс: [перевод с английского]. М.: Вильямс, 2017. 488 с.
8. Маркетинг: теория и практика: учебное пособие для бакалавров: / Е.А. Боргард [и др.] ; под общ. ред. С.В. Карповой; Финансовый ун-т при Правительстве Рос. Федерации, Рос. Ассоц. Маркетинга. М.: Юрайт, 2018. 408 с.
9. Реброва Н. П. Маркетинг: учебник и практикум для прикладного бакалавриата. М. : Юрайт, 2019. 277 с. (Бакалавр. Прикладной курс). ISBN 978-5-534-03466-0. // ЭБС Юрайт. URL: <https://biblio-online.ru/bcode/433123>.
10. Тульчинский Г., Шекова Е. Маркетинг в сфере культуры. М.: Планета музыки, 2017. 234 с.

10. Перечень информационных ресурсов, используемых при проведении практики, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)

- <http://www.biblio-online.ru/> [ЭБС Издательства «ЮРАЙТ»]
- <http://e.lanbook.com/> [ЭБС Издательства «Лань»]
- Маркетинг: методы и стратегии – <http://marketsite.narod.ru/>
- Маркетинг-идеи. ру. Режим доступа: <http://marketingidei.ru/>
- Энциклопедия маркетинга. Режим доступа: <http://www.marketing.spb.ru/>
- Эксперт Урал. Режим доступа: <http://expert.ru/ural/>
- Маркетинг в России и за рубежом. Режим доступа: <http://www.mavriz.ru/>
- Деловой квартал. Режим доступа: <http://www.dkvartal.ru/>
- <http://elibrary.ru/> [Научная электронная библиотека]
- <http://www.rgub.ru/> [Российская государственная библиотека для молодежи]
- <http://культура.екатеринбург.рф/catalog/586/> [Сайт Управления культуры г. Екатеринбург]

11. Описание материально-технической базы, необходимой для проведения практики

Процесс прохождения учебной практики не предполагает специального материально-технического обеспечения, т.к. осуществляется в условиях функционирования учреждения культуры и спорта. Учреждение культуры или спорта, как база практики, располагает собственной материально-технической базой, обеспечивающей проведение всех видов работ, предусмотренных программой учебной практики, и соответствующей действующим санитарным и противопожарным правилам и нормам.

Для проведения инструктажа и итоговой конференции по результатам практики необходима учебная аудитория для занятий лекционного типа: доска меловая большая, парты и стулья на 64 места, стол для преподавателя, стул для преподавателя. Возможность установки переносного оборудования: ноутбука Lenovo G510, проектора Epson H432В экрана Pro View 180x180 MW

УПРАВЛЕНИЕ КУЛЬТУРЫ АДМИНИСТРАЦИИ ГОРОДА ЕКАТЕРИНБУРГА

Муниципальное бюджетное образовательное учреждение высшего образования

«ЕКАТЕРИНБУРГСКАЯ АКАДЕМИЯ СОВРЕМЕННОГО ИСКУССТВА» (институт)

(МБОУ ВО ЕАСИ)

Кафедра социокультурного развития территории

ДОПУСТИТЬ К ЗАЩИТЕ

Зав. кафедрой

_____ С.В. Казакова

_____ 20....

ОТЧЕТ ПО ПРАКТИКЕ

вид практики: производственная практика

направление 50.03.01 Искусства и гуманитарные науки

направленность (профиль) подготовки

«Арт- и спорт-маркетинг»

сроки прохождения практики: 00.00.20-00.00.21

Студент гр. 333

И.О. Фамилия

Руководитель

И.М. Аликперов,

канд. экон. наук,

доцент

Нормконтролер

И.О. Фамилия,

степень, должность

Екатеринбург, 20...

Содержание	
Цели и задачи практики	
Задание 1. Общая характеристика и анализ маркетинговой деятельности учреждения культуры/спорта – базы практики.....	
Задание 2. Участие в проекте/проектах данного учреждения.....	
Задание 3. Разработка и реализация учебного проекта.....	
Задание 4. Маркетинговый анализ реализуемого проекта.....	
Задание 5. Самоанализ и самооценка результатов практики, заполнение рабочей документации	
Список использованных источников	
Приложение 1. Свод-график практики	
Приложение 2. Дневник практики	
Приложение 3. Отзывы, оценочные листы	
Приложение 4. Фотоматериалы	
Приложения 5. Другие документы	

(*содержание делается в невидимой таблице с указанием страниц)

Управление культуры администрации города Екатеринбурга
Муниципальное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«ЕКАТЕРИНБУРГСКАЯ АКАДЕМИЯ СОВРЕМЕННОГО ИСКУССТВА» (институт) (МБОУ ВО ЕАСИ)

Свод-график прохождения
учебной практики 2
направление 50.03.01 Искусства и гуманитарные науки,
направленность (профиль): «Арт- и спорт-маркетинг»
обучающегося Ф.И.О. _____ группы _____
в период 00.00. __-00.00. __

	Пн	Вт	Ср	Чт	Пт	Сб	Вс
	Даты/Вид деятельности						
февраль							
март							
апрель							
май							

Виды деятельности:

УК – установочная конференция;
ИК – итоговая конференция;
ВУ – выход в учреждение;
УН – участие в научном событии
МИ – маркетинговые исследования;

КР – консультация с руководителем
практики от кафедры;
Д – оформление отчетной документации
студентом.

СОГЛАСОВАНО:

Руководитель практики от кафедры
Аликперов И.М., доцент

Ф.И.О., должность

Подпись «__» _____ 20__ г.

СОГЛАСОВАНО:

Руководитель практики от места
практики

Ф.И.О., должность

Подпись «__» _____ 20__ г.
М.П.

Дневник практики

Дата	Содержание деятельности	Часы (не более 4 в день)		
		оргработа	НИРС	маркетинг
	Итого: 108	38	20	50

Приложение 5.

Задание 1: общая характеристика и анализ маркетинговой деятельности учреждения культуры/спорта – базы практики:

1. Наименование учреждения (полное и сокращенное)
2. Ведомственная принадлежность учреждения культуры (спорта) - базы практики (федеральное, областное муниципальное государственное учреждение культуры, ИП, некоммерческая организация, иное).
3. Идеология (миссия) учреждения, охарактеризовать основные цели и задачи деятельности.
4. Вышестоящая организация.
5. Руководитель учреждения (Ф.И.О.)
6. Координаты учреждения (адрес, тел.)
7. Сайт учреждения.
8. Площадь помещений (указать размеры и вид собственности арендуемая или в собственности учреждения)
9. Организационная структура управления организацией. Какая служба или работники занимаются маркетингом.
10. Общее число сотрудников и ведущие сотрудники (перечислить должности и Ф.И.О. специалистов – не более 5 человек).
11. Нормативные документы, являющиеся основанием для функционирования учреждения (лицензии, устав и т.д.).
12. Характеристика наиболее значимых проектов учреждения (подробно описать один из проектов: название проекта, его цель и задачи, руководители проекта, источники финансирования, целевая аудитория, партнеры проекта, коммуникации проекта (рекламные и информационные материалы), достигнутые результаты).
13. Предложения по сотрудничеству с ЕАСИ (например, прохождение практики студентами ЕАСИ, спонсорство, совместные проекты и т.д.)

Задание 2: участие в проекте/проектах данного учреждения:

- назвать и охарактеризовать проект/проекты (название, время проведения, цель, целевые аудитории, продукты и результаты проектов), которые были реализованы в учреждении за период практики:
- принять участие в проектах учреждения (не менее 2-х) и описать свои обязанности;
- назвать достоинства и недостатки в реализации данных проектов, сформулировать предложения по улучшению организации данных проектов.

Задание 3: разработка и реализация учебного проекта (в рамках выполнения курсовой работы № 2) самостоятельно или в составе команды проекта конкретного учреждения/организации сферы культуры или спорта.

Необходимо: обосновать актуальность проекта, представить устав проекта, план управления проектом, смету проекта, продукты и результаты. Необходимо констатировать факт разработки и реализации проекта (место и время², обозначить состав команды проекта, количество участников и т.д.), представить критерии и показатели его эффективности, методы оценки этих показателей. В приложении к отчету практики

² Место и время реализации проекта может не совпадать с временем производственной практики и базой практики.

представить документы, доказывающие факт разработки и реализации проекта (фотографии, приказы, благодарности, афиши, анонсы, билеты, программы и др.).

Задание 4: маркетинговый анализ реализуемого проекта – необходимо с помощью инструментов комплекса маркетинга проанализировать проект в учреждении культуры\спорта.

В данном анализе нужно раскрыть следующие пункты:

1. Актуальность, новизна, оригинальность проекта, его название.
2. Маркетинговые исследования, проведенные до организации проекта для его обоснования.
3. Устав проекта (по аналогии с уставом курсового проекта).
4. Место, время, состав команды проекта.
5. Источники финансирования проекта, соотношение собственных и привлеченных средств, а также участие волонтеров.
6. Целевая аудитория, партнеры, стейкхолдеры, спонсоры, инфлюенсеры проекта.
7. Ценовая политика и стимулирование сбыта продаваемых услуг.
8. Коммуникационная политика по привлечению внимания аудитории и продвижению проекта: маркетинговые офлайн и онлайн коммуникации, ATL и BTL акции, социальные сети, сайт организации и проекта.
9. Эффективность проведенного проекта: критерии и показатели эффективности.
10. На основе выявленных возможностей и резервов, сформулируйте рекомендации по совершенствованию проектной деятельности в организации.

В приложении к отчету практики представить документы, доказывающие факт проведения проекта (фотографии, приказы, благодарности, афиши, анонсы, билеты, программы и др.).

Задание 5: Самоанализ и самооценка результатов практики. Примерный план самоанализа: *«В результате учебной практики я узнал(а) ... Практика позволила мне продемонстрировать следующие умения ... Практика помогла мне развить такие личностные и профессиональные качества как ... Сложности, которые возникли в ходе практики (насколько удалось реализовать плановые задачи и задания практики, намеченный объем часов по каждому виду работ) ...Предложения по организации практики ...».*

Лист оценки руководителя практики от организации

Учреждение: _____
 Руководитель практики от профильной организации (ФИО и должность): _____

Ф.И.О. студента _____		группа _____		
Код компетенций	Содержание компетенции	Баллы		Баллы
		min	max	
ПК-9	Знать: - основные функции и методы управления маркетинговой деятельностью в учреждениях культуры и спорта, ее специфику; - роль маркетинга в проектировании и управлении продвижением культурных проектов; - методы сбора первичной информации, ее обработку и анализ для эффективного позиционирования организации и ее проектов; - основные средства коммуникации для продвижения проектов организации	5	10	
	Уметь: -изучать текущий и потенциальный спрос на социокультурные услуги; -взаимодействовать взаимовыгодно с партнерами, клиентами, сотрудниками, грантодателями, благотворителями и спонсорами; -разрабатывать маркетинговые акции для привлечения доноров и партнеров; -анализировать рынок и предложение проектов в региональной социокультурной среде; -собирать и анализировать вторичную и первичную информацию в ходе маркетинговых исследований; -формировать бюджет проекта с точки зрения привлекательности для доноров	5	10	
	Владеть: -методами эффективного использования ресурсов учреждения культуры и спорта для создания и продвижения конкурентоспособных продуктов; -информацией о возможностях и состоянии социокультурного проектирования в регионе; -знаниями, помогающими продвигать проекты организации для привлечения внимания государственных и частных структур	5	10	
	Итого	15	30	

Замечания и рекомендации

_____ (подпись руководителя практики) МП

Лист оценки руководителя практики от кафедры

Руководитель практики от кафедры (ФИО и должность) _____

Ф.И.О. студента _____ группа _____

Код компетенций	Содержание компетенции	Баллы		Баллы
		min	max	
ПК-9	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основные функции и методы управления маркетинговой деятельностью в учреждениях культуры и спорта, ее специфику; - роль маркетинга в проектировании и управлении продвижением культурных проектов; - методы сбора первичной информации, ее обработку и анализ для эффективного позиционирования организации и ее проектов; - основные средства коммуникации для продвижения проектов организации 	5	10	
	<p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - изучать текущий и потенциальный спрос на социокультурные услуги; - взаимодействовать взаимовыгодно с партнерами, клиентами, сотрудниками, грантодателями, благотворителями и спонсорами; - разрабатывать маркетинговые акции для привлечения доноров и партнеров; - анализировать рынок и предложение проектов в региональной социокультурной среде; - собирать и анализировать вторичную и первичную информацию в ходе маркетинговых исследований; - формировать бюджет проекта с точки зрения привлекательности для доноров 	5	10	
	<p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - методами эффективного использования ресурсов учреждения культуры/спорта для создания и продвижения конкурентоспособных продуктов; - информацией о возможностях и состоянии социокультурного проектирования в регионе; - знаниями, помогающими продвигать проекты организации для привлечения внимания государственных и частных структур 	5	10	
	Итого	15	30	

Замечания и рекомендации руководителя практики от кафедры

_____ (подпись руководителя практики)

Приложение 6.

Задание 4. Самоанализ и самооценка результатов практики

В результате учебной практики я узнал(а): _____

Практика позволила мне продемонстрировать следующие умения:

Практика помогла мне развить такие личностные и профессиональные качества как:

Сложности, которые возникли в ходе практики: _____

Вывод по результатам прохождения практики: _____

Предложения по организации практики:

**самоанализ надо проводить, в том числе опираясь на содержание компетенций таблицы «Лист оценки руководителя»*

Программа производственной практики
для студентов, обучающихся по направлению подготовки
50.03.01 Искусство и гуманитарные науки
направленность (профиль) подготовки
«Арт- и спорт-маркетинг»
для заочной формы обучения

Подписано в печать _____. Формат 60x84/16. Бумага для множ. аппаратов.
Печать офсетная. Усл. печ. л. 1,1. Уч.-изд. л. 1,5. Тираж 100 экз. Заказ № _____.
Екатеринбургская академия современного искусства
620078, Екатеринбург, Культуры, 3.