

**АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ИНСТИТУТ ЭКОНОМИКИ И УПРАВЛЕНИЯ»**



УТВЕРЖДАЮ  
Ректор АНО ВО «СПбИЭУ»

К.А. Янкевич  
«27» февраля 2026г.

**МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ  
ПО ОРГАНИЗАЦИИ И ПРОХОЖДЕНИЮ  
ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ  
(ПРОФЕССИОНАЛЬНО-ТВОРЧЕСКОЙ ПРАКТИКИ I)**

Основная профессиональная образовательная  
программа высшего образования – бакалавриат

по направлениям подготовки

**43.03.03 Гостиничное дело**  
**42.03.01 Реклама и связь с общественностью**

Уровень высшего образования  
**Бакалавриат**

Направленность (профиль) – **Маркетинг индустрии гостеприимства**

Формы обучения:

Очная,  
Очно-заочная, Заочная

2026 год

## **1. Методические рекомендации по прохождению практики и составлению отчета**

1. До начала практики составляется рабочая программа практики; обучающиеся получают индивидуальные задания по практике; по результатам практики, обучающиеся представляют отчет по практике и проходят устное собеседование с руководителем практики от Института. Обучающиеся вправе представить отзыв руководителя практики от организации, составленный в произвольной форме.

2. В период практики студенты должны вести рабочие записи и собрать необходимые материалы для составления отчета о прохождении производственной практики.

3. Отчет о прохождении практики должен включать следующие основные разделы:

### **ВВЕДЕНИЕ**

во введении необходимо указать:

- а) место и время прохождения практики (даты начала и окончания практики);
- б) цели практики (соответствуют целям в индивидуальном плане прохождения практики);
- в) перечень работ, выполненных в процессе практики.

**РАЗДЕЛ 1. Общая характеристика организации, в которой студент проходил практику**

- 1.1. Полное и сокращенное наименование организации
- 1.2. Организационно-правовой статус (ООО, ОАО,...)
- 1.3. Год создания, краткая история возникновения и развития компании
- 1.4. Сфера деятельности компании

### **РАЗДЕЛ 2. АНАЛИЗ РЕКЛАМОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ**

- 2.1. Характеристика продукта (продукция, работа и услуги), в том числе тип, вид, комплектность, ассортимент, конкурентные преимущества, позиция, упаковка
- 2.2. Характеристика рынка, сегментов и сложившейся конъюнктуры на производимые и/или продаваемые товары (продукцию, работу и услуги)
- 2.3. Распределение прав и обязанностей в системе управления рекламой, возможность и эффективность использования инструментов коммуникаций
- 2.4. Особенности взаимодействия со сторонними организациями в области осуществления рекламной деятельности: агентства,

полиграфия, СМИ

2.5. Методы стимулирования реализации продукции организации (использование промо- акций, бонусов, скидок, закупки продукции на местах производства и др.),

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Основные выводы и рекомендации по совершенствованию деятельности организации в области рекламы и связей с общественностью, подготовленные обучающимся в процессе прохождения производственной практики.

## СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

Приложения

***Примечание*** *Обучающий может дополнить отчет разделами и параграфами по своему усмотрению, либо по согласованию с руководителем практик от Института и (или) организации – места прохождения практики. Приведенная выше структура отчета – является минимальным требованием к его содержанию.*

4. Отчет должен содержать развернутые ответы на все вопросы, предусмотренные программой прохождения практики. Отчет оформляется в печатном виде и должен быть оформлен в соответствии с общими требованиями, предъявляемыми к отчетным материалам: должен быть выполнен в компьютерном варианте на стандартных листах бумаги формата А4 (шрифт Times New Roman, размер - 14, полуторный интервал, поля: верхнее нижнее и правое - 2 см, левое - 3 см). Нумерация листов сквозная, титульный лист учитывается, но не нумеруется. Объем отчета определяется каждым студентом индивидуально. Обложкой отчета является титульный лист, на котором должны быть указаны все атрибуты работы и сведения о студенте. В конце отчета могут находиться приложения: выписки из устава организации, положения, должностные инструкции, образцы служебной документации, используемые методики и технологии и т. п.

## 2. ФОРМЫ ОТЧЕТНОСТИ ПО ПРАКТИКЕ

**Направление на практику с рабочей программой практики и индивидуальным заданием по практике**

НАПРАВЛЕНИЕ НА ПРАКТИКУ

обучающегося

(20\_\_ - 20\_\_ учебный год)

---

---

(Ф.И.О. обучающегося)

Направление  
подготовки \_\_\_\_\_

Направленность (профиль)  
\_\_\_\_\_

Курс,  
семестр \_\_\_\_\_

Вид практики  
\_\_\_\_\_

Способ проведения практики –  
стационарная \_\_\_\_\_

Срок проведения  
практики \_\_\_\_\_

Место проведения  
практики \_\_\_\_\_

Руководитель практики от  
Института \_\_\_\_\_

(Ф.И.О. должность, ученое звание)

Руководитель практики от организации (при направлении в организацию)

(Ф.И.О. должность, ученое звание)

### РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРАКТИКИ

№	Планируемые формы работы	Сроки проведения

## ИНДИВИДУАЛЬНОЕ ЗАДАНИЕ ПО ПРАКТИКЕ

При прохождении производственной практики (профессионально-творческой 1), студент должен выполнить следующие задания:

1. Познакомиться с организацией (при направлении в профильную организацию).

2. Проанализировать особенности деятельности отдела рекламы и связи с общественностью в организации.

3. Осуществить анализ основных показателей эффективности .

4. Разработать предложения по совершенствованию маркетинговой деятельности организации.

Обучающийся \_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_  
(подпись) (Ф.И.О.)

Руководитель практики \_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_  
(подпись) (Ф.И.О.)

### Отчет по практике

#### ОТЧЕТ о практике

\_\_\_\_\_  
(Ф.И.О. обучающегося)  
Направление подготовки

\_\_\_\_\_  
(шифр и наименование)  
Направленность (профиль):

\_\_\_\_\_  
(шифр и наименование)  
Курс, семестр

\_\_\_\_\_  
Вид практики

\_\_\_\_\_  
Способ проведения практики – стационарная \_\_\_\_\_

Срок проведения  
практики \_\_\_\_\_

Место проведения  
практики \_\_\_\_\_

---

Руководитель практики:

---

Содержание практики:

---

---

---

---

---

---

---

---

**Раздел «Содержание практики» включает:**

- Характеристику организации (учреждения), где проходила практика (базы практики).

1. Название организации (учреждения).

2. Основной вид деятельности, цели, задачи организации (учреждения).

3. Административно-организационная структура организации, место отдела рекламы и связи с общественностью в организации.

- Дневник практики, содержащий информацию о выполнении индивидуального задания по практике.

1. Результаты знакомства с организацией (учреждением), в котором проходит практика.

2. Знакомство с особенностями деятельности отдела рекламы и связи с общественностью в организации (учреждении).

3. Анализ основных показателей эффективности рекламного отдела и (или) отдела по связям с общественностью – места прохождения практики.

4. Разработка предложений по повышению эффективности подразделения (организации) места практики

- Обобщенный рефлексивный отчет, в котором отражены полученные знания, умения и навыки (чему научились, что нового узнали, с какими трудностями столкнулись, их причины, пути разрешения и профилактика и т.д.).