

Учреждение образования  
«Белорусский государственный университет  
культуры и искусств»

**УТВЕРЖДАЮ**

Первый проректор БГУКИ

\_\_\_\_\_ А. А. Корбут

«\_\_» \_\_\_\_\_ 2016г.

Регистрационный № \_\_\_\_\_

**ПРОГРАММА  
УЧЕБНОЙ И ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ**

**для специальности**

*1-21 04 01 Культурология,*

**направления специальности**

*1-21 04 01-02 Культурология (прикладная),*

**специализаций**

*1-21 04 01-02 02 Менеджмент международных культурных связей, 1-21 04 01-02 03 Менеджмент рекламы и общественных связей*

Минск  
БГУКИ  
2016

### **СОСТАВИТЕЛИ:**

*И. Н. Воронович*, доцент кафедры межкультурных коммуникаций, кандидат культурологии, доцент;

*Н. А. Домашевич*, старший преподаватель кафедры межкультурных коммуникаций

### **РЕЦЕНЗЕНТЫ:**

*В. Ф. Мартынов*, заведующий кафедрой культурологии ЧУО «Институт современных знаний им. А. М. Широкова», доктор культурологии, профессор;

*А. И. Степанцов*, заведующий кафедрой менеджмента социокультурной деятельности Белорусского государственного университета культуры и искусств, кандидат культурологии, доцент

### **РЕКОМЕНДОВАНО К УТВЕРЖДЕНИЮ:**

*кафедрой* межкультурных коммуникаций Белорусского государственного университета культуры и искусств (протокол № 4 от 25.11.2015 г.);

*президиумом* научно-методического совета Белорусского государственного университета культуры и искусств (протокол № 2 от 21.12. 2015 г.)

Ответственный за редакцию: В. Б. Кудласевич

Ответственный за выпуск: И. Н. Воронович

## ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Современные условия рынка труда отмечаются высокими требованиями к выпускникам, в том числе практико-ориентированной составляющей, что требует создания последовательной, рассчитанной на весь период обучения, научно обоснованной системы подготовки кадров, в которой значительное место отводится практической форме освоения специальности.

Эффективно организованная практика позволяет сократить разрыв между академическим образованием и практической деятельностью культурологов-менеджеров. Профессиональные компетенции последних развиваются в процессе прохождения практики.

Профессионально-практическая подготовка обучающихся на базах практики способствует закреплению теоретических знаний, установлению необходимых деловых контактов Белорусского государственного университета культуры и искусств с предприятиями, организациями и учреждениями.

Программа учебной и производственной практики является базовым документом, определяющим требования к практической подготовке культурологов-менеджеров и разработана на основе нормативных документов:

- Кодекс Республики Беларусь об образовании(№243-3 от 13.01.2011 г.);
- образовательный стандарт высшего образования Республики Беларусь «Высшее образование. Первая ступень» ОСРБ 1-21 04 01-2013 Культурология (по направлениям);
- положение о практике студентов, курсантов, слушателей (утверждено постановлением Совета Министров Республики Беларусь 03.06.2010 г. №860);
- учебные планы и программы подготовки студентов, регулирующие виды и сроки проведения практики.

Практика организуется и проводится на основе утвержденной программы, в которой определен перечень рассматриваемых вопросов и необходимых для выполнения заданий, в сторонних организациях, обладающих необходимым кадровым и научно-техническим потенциалом.

Практика в организациях (предприятиях) осуществляется на основе договоров между университетом и организациями (предприятиями) о прохождении практики студентов.

Студентам заочного обучения, работающим в настоящее время, может быть зачтена производственная практика на основе их постоянного места работы.

Сроки проведения практики устанавливаются в соответствии с учебным планом и графиком образовательного процесса на соответствующий учебный год. Практика осуществляется на протяжении 2–4 курсов, носит систематический и интегративный характер. Состоит из трех этапов, каждый из которых последовательно вводит студента в содержание и сущность будущей профессии:

1. Учебная (ознакомительная) практика – 4 семестр, 1 неделя.
2. Производственная (технологическая) практика – 6 семестр, 3 недели.
3. Производственная (преддипломная) практика – 7 семестр, 4 недели.

На студентов в период практики распространяются законодательство об охране труда и правила внутреннего трудового распорядка организации.

*Цель практики* – формирование профессиональных и общекультурных компетенций специалиста-менеджера в сфере рекламы, общественных и международных культурных связей.

*Задачи практики:*

- формирование знаний, умений и навыков работы по специальности;
- развитие способностей студента к самостоятельной деятельности по профессии: организаторских, аналитических, коммуникативных, исследовательских, самоорганизации и самоконтроля;
- изучение и участие в разработке организационно-методических и нормативно-технических документов для решения отдельных задач менеджмента по месту прохождения практики;
- развитие межкультурной восприимчивости, способности к правильной интерпретации конкретных проявлений деятельности в работе с субъектами различных культур;
- разработка предложений по совершенствованию направлений деятельности культуролога-менеджера.

В результате прохождения всех видов практики студент должен *знать*:

- принципы развития и закономерности функционирования организации (предприятия);

- типы организационных структур, принципы их проектирования и специфику планирования производственного процесса в учреждениях социально-культурной сферы и организациях в сфере рекламы;

- должностные обязанности руководителя отдела (маркетинга, рекламы), руководителя рекламной службы компании, вопросы стратегического планирования в области маркетинговых коммуникаций;

- функции менеджера по работе с клиентами, по организации презентаций, выставок, специальных событий и акций по продвижению товаров и услуг;

- законы менеджмента по организации деятельности, направленной на удовлетворение социально-культурных потребностей населения в сфере свободного времени;

- систему вариативности межкультурного менеджмента и рекламных кампаний в контексте современной ситуации XXI в.;

*уметь*:

- осуществлять поиск и анализ, а также осуществлять маркетинговые практики в различных аспектах социально-культурной и рекламной деятельности;

- демонстрировать знание характерных черт национального и регионального своеобразия различных типов менеджмента;

- применять технологии основных форм межкультурного диалога в современном поликультурном пространстве;

- анализировать особенности как внутрикультурной, так и межкультурной коммуникации и учитывать их при решении профессиональных задач;

- адаптироваться в условиях поликультурного пространства;

- составлять планы по размещению рекламы в СМИ, в сети Интернет, на носителях наружной рекламы, во время проведения специальных рекламных акций и событий по продвижению товаров и услуг;

- анализировать организационную структуру и разрабатывать ее;

*владеть:*

– основами технологий культурно-досуговой и рекламной деятельности;

– практическими навыками организации и проведения культурно-досуговых мероприятий, проектов и программ, создания реклам;

– навыками культурной толерантности, делового этикета на уровне деловых контактов с представителями разных культур и религий;

– методиками организации, диагностики и корректировки процессуальных действий в сфере менеджмента;

– подходами к разработке креатива в рекламе и практикой рекламных исследований, медиапланирования;

– подходами к продаже и покупке рекламных возможностей.

В качестве баз практики могут выступать государственные и коммерческие учреждения и организации социально-культурной и культурно-досуговой сферы, общества дружбы, международные объединения в сфере культуры, культурно-информационные центры и институты при посольствах, отделы по международным культурным связям национальных институтов и международных образовательных центров, рекламные агентства и рекламные отделы организаций.

При выборе баз практики для студентов необходимо руководствоваться прежде всего:

– направлением и профилем его подготовки;

– будущей темой дипломного исследования.

В период прохождения преддипломной практики студенты могут приниматься на работу на вакантные должности в соответствии с законодательством.

# СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИКИ

## Учебная (ознакомительная) практика

### 2 курс, 4 семестр

Практика начинается на 2 курсе в 4 семестре. Основанием для прохождения практики является приказ ректора университета.

*Цель учебно-ознакомительной практики* – ознакомление студентов с реальной профессиональной деятельностью, основными направлениями работы и закрепление теоретических знаний, полученных при изучении специальных дисциплин.

#### *Задачи:*

- сформировать практические умения и навыки по изучаемым учебным дисциплинам;
- закрепить базовые теоретические знания;
- ознакомить с основными типами учреждений и организаций данной системы, со спецификой работы и структурой учреждений, выбранных для прохождения практики;
- сформировать знания по основным должностным обязанностям сотрудников, документации, нормативно-правовым основам профессиональной деятельности;
- освоить первичные навыки по избранной специальности.

#### *В содержание практики входит:*

- знакомство со структурой и особенностями работы конкретного учреждения культуры или организации, их органами управления;
- анализ перспективных и текущих планов работы базового учреждения или организации, различных сфер деятельности и содержания;
- знакомство с нормативными актами, регламентирующими деятельность учреждения или организации;
- знакомство с основными направлениями международного культурного сотрудничества организации;
- знакомство с рекламными мероприятиями и участниками рекламного процесса, взаимодействием рекламодателей и рекламных агентов;
- участие в одном из конкретных мероприятий или проектов.

## Производственная (технологическая) практика

### 3 курс, 6 семестр

Производственная (технологическая) практика студентов 3 курса проходит в соответствии с учебным планом в 6 семестре с отрывом от учебной деятельности на основании приказа ректора университета.

*Цель производственной (технологической) практики* – закрепление и расширение теоретических знаний, полученных студентами за время обучения в БГУКИ, овладение комплексом практических методов и навыков для начала производственной (преддипломной практики).

#### *Задачи:*

- изучить сферу деятельности предприятия, его организационно-правовые формы;
- принять участие в практической работе на функциональном рабочем месте в соответствии со специализацией;
- изучить конкретный опыт и практику ведения общего делопроизводства и оформления специальных документов в соответствии с занимаемым рабочим местом;
- развить способность студента к самостоятельной деятельности в сфере менеджмента;
- сформировать профессионально значимые качества, устойчивый интерес к профессиональной деятельности;
- выполнить индивидуальное задание руководителя практики от кафедры.

#### *В содержание практики входит:*

- знакомство с документами, отражающими специфику деятельности учреждения или организации, основными задачами и структурой;
- анализ особенностей и приоритетных направлений деятельности базового учреждения или организации;
- знакомство с внешним окружением учреждения или организации: коммуникации в профессиональном сообществе, участие в фестивалях, конкурсах и т.д.;
- знакомство с маркетинговой деятельностью предприятия: внешней и внутренней коммуникативной политикой предприятия, выявлением факторов конкурентоспособности и др.;

- усвоение основных направлений и эффективности коммуникативной деятельности учреждения или организации;
- изучение и анализ рекламной деятельности предприятия и мероприятий по продвижению товара, в том числе рекламы на месте продажи, мерчендайзинг, промоакций и др.;
- изучение организации взаимоотношений участников рабочего процесса, в том числе менеджеров, рекламодателей, рекламных агентств и т.д.;
- анализ системы основных принципов организации разных видов платных услуг учреждения или организации;
- наблюдение и усвоение профессиональных приемов, методов, технологии работы, используемых специалистами баз практики;
- разработка проекта/мероприятия/рекламной кампании для улучшения имиджа организации;
- участие в организации и проведении одного или нескольких мероприятий.

### **Производственная (преддипломная) практика**

#### **4 курс, 7 семестр**

Выпускная производственная (преддипломная) практика студентов 4 курса проходит в соответствии с учебным планом в 7 семестре с отрывом от учебной деятельности на основании приказа ректора университета.

*Цель производственной (технологической) практики – закрепление и углубление теоретических знаний в области прикладной культурологии, полученных студентами за время обучения в БГУКИ, овладение комплексом практических методов, умений и навыков для начала профессиональной деятельности, в том числе проверка профессиональной готовности студента к самостоятельной административно-управленческой деятельности.*

#### *Задачи:*

- принять участие в практической работе на функциональном рабочем месте в соответствии со специализацией;
- изучить конкретный опыт и практику ведения общего делопроизводства и оформление специальных документов в соответствии с занимаемым рабочим местом;
- приобрести навыки аналитической деятельности и принятия управленческих решений;

- приобрести навыки в составлении документации (графиков работ, инструкций, планов, заявок, деловых писем и т.д.) и отчетной документации по установленным формам;
- получить опыт самостоятельной работы будущего специалиста в условиях конкретной организации;
- освоить навыки коммуникации и взаимодействия со специалистами смежных профилей;
- сформировать умения в применении методов анализа и организации внедрения инноваций;
- собрать и обработать материалы для подготовки и написания дипломной работы;
- подготовить практическую часть дипломной работы (в виде проекта).

*В содержание практики входит:*

- наблюдение и усвоение профессиональных приемов, методов, технологий работы;
- участие в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации, в том числе с государственными учреждениями, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации;
- участие в формировании и поддержании корпоративной культуры;
- исследование эффективности рекламной деятельности организации в отношении коммуникативной политики, ценообразования и т.д.;
- изучение организации взаимоотношений участников рабочего процесса, в том числе взаимодействие рекламодателей и рекламных агентств;
- участие в проводимых маркетинговых и рекламных исследованиях, обработке данных и составлении отчетов по заданию руководителя практики;
- участие в подготовке и осуществлении конкретного проекта/мероприятия/рекламной кампании;
- анализ осуществления менеджмента и документооборота;
- выдвижение предложений по совершенствованию работы подразделения (организации) в целом;
- изучение теоретических аспектов по теме дипломной работы, ознакомление с монографической литературой, периодическими изданиями и статистической информацией;
- сбор и аналитическая систематизация фактической информации для выполнения конкретного индивидуального задания,

связанного со специальностью и подготовкой дипломной работы.

## ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ

### Календарно-тематический план прохождения практики

Курс	Продолжительность	Вид практики	Сроки
II курс весенний семестр	1 неделя	Учебная (ознакомительная)	март
III курс весенний семестр	3 недели	Производственная (технологическая)	март – апрель
IV курс осенний семестр	4 недели	Производственная (преддипломная)	сентябрь – октябрь

### Методические указания для обучающихся и руководителей практики

#### Руководство практикой

Непосредственное руководство практикой осуществляет ответственный по кафедре преподаватель, а также сотрудник учреждения – руководитель практики от организации.

Конкретное содержание практики студентов планируется руководством подразделения принимающей организации.

Руководитель практики от кафедры выдает задание на практику, следит за правильной организацией практики и консультирует студента по вопросам, связанным с подготовкой и написанием отчета по практике.

#### Организация и порядок проведения практики

На практику допускаются студенты, полностью выполнившие предшествующий практике учебный план теоретического обучения.

До выхода на практику студенту необходимо явиться на организационное собрание кафедры для проведения инструктажа.

Для прохождения практики в сроки, установленные учебными планами и графиками, студентам выдаются следующие документы:

- направление на практику;
- дневник;
- программа практики и индивидуальные задания.

В период прохождения практики студенты подчиняются всем правилам внутреннего трудового распорядка и техники безопасности, установленных в подразделениях и на рабочих местах в организации. Для студентов устанавливается режим работы, обязательный для тех структурных подразделений, где он проходит практику.

Студенту необходимо знать, что в период прохождения практики на него распространяются правовые условия трудового законодательства Республики Беларусь, а также внутреннего распорядка базы практики. Исходя из этого, определяются основные права и обязанности студента-практиканта.

Студент *имеет право*:

- выбирать для прохождения базу практики по своему усмотрению или проходить практику на базе, предоставленной кафедрой;
- получать консультацию по всем вопросам, касающимся практики, у руководителей от базы практики и университета;
- обращаться по спорным вопросам к руководителю практики, заведующему кафедрой и декану факультета.

Студент-практикант *обязан*:

- своевременно прибыть на место практики, пройти инструктаж по охране труда и технике безопасности;
- явиться к руководителю от базы практики, ознакомить его с программой практики и индивидуальным заданием, получить указания о дальнейшей работе, составить график проведения консультаций;
- максимально эффективно использовать отведенное для практики время;
- соблюдать нормы профессиональной и корпоративной этики, проявлять высокий уровень коммуникативной культуры;
- выполнять в полном объеме все требования программы практики;

- подчиняться требованиям руководителя от базы практики и университета, также администрации базы практики по выполнению программы и учебных заданий по практике;
- вести дневник практики с указанием перечня ежедневно проделанной работы (данные о сроках и характере выполненных работ);
- осуществлять сбор и анализ фактических (текстовых, цифровых, табличных, графических и др.) материалов, необходимых для подготовки отчета о практике;
- отчитываться перед руководителем практики от кафедры о ходе выполнения работ, предусмотренных индивидуальным заданием и календарным планом практики;
- проводить необходимые исследования, наблюдения и сбор материалов для написания докладов и сообщений на студенческих научно-практических конференциях;
- подготовить письменный отчет о прохождении практики в соответствии с выданным заданием;
- получить от руководителя практики по месту ее прохождения отзыв о своей работе, заверенный печатью;
- в установленный кафедрой срок прибыть для сдачи зачета с предоставлением необходимых документов (дневник практики, отчет о практике с приложенными к нему документами, зачетную книжку).

В период практики студент должен проявить себя как начинающий специалист, обладающий высокими моральными качествами, общественной активностью. Он должен быть организованным, дисциплинированным и трудолюбивым, а также стремиться показать свою профессиональную компетентность, активно участвовать в жизни коллектива.

В случае невыполнения предъявляемых требований студент-практикант может быть отстранен от прохождения практики. Студент, отстраненный от практики или работа которого на практике признана неудовлетворительной, считается не выполнившим учебный план данного семестра.

Нарушением дисциплины и невыполнением учебного плана считается несвоевременная сдача студентами документации по практике. К таким студентам применяются меры взыскания (не допускаются к сессии, посещению занятий, отчисляются из университета).

Студенты, не выполнившие программу практики, получившие отрицательный отзыв о работе или неудовлетворительную оценку при защите отчета отчисляются из университета за академическую неуспеваемость. По решению деканата факультета студентам может назначаться повторное прохождение практики в рамках регламента образовательной деятельности.

В случае уважительной причины студенты, не получившие зачет по практике, направляются на повторное прохождение практики.

Для прохождения практики студентам необходимо:

- ознакомиться с программой и методическими рекомендациями по прохождению производственной практики;
- ознакомиться с формами отчетной документации по практике.

#### **Документация, учет и оценка практики студентов**

Студент во время практики ведет дневник, в котором отмечает основные моменты. Дневник представляется для отчета о результатах прохождения практики.

По окончании каждого вида практики студент предоставляет следующую документацию:

- протокол наблюдения экскурсий, концертов, спектаклей и других мероприятий;
- план, план-конспект и анализ проведенного мероприятия;
- результаты творческой работы;
- письменный отчет о проделанной работе (форма титульного листа отчета дана в приложении).

Готовый отчет визируется руководителями практики от предприятия и университета. Руководитель практики от предприятия дает письменный отзыв о прохождении практики, полноте и качестве отчета. Вместе с указанным отзывом руководителя отчет представляется на защиту.

К защите допускаются студенты, полностью выполнившие программу практики, своевременно представившие отчет по установленной форме.

Обсуждение результатов практики проводится в форме коллоквиумов или конференции.

Наиболее значимые, научнообоснованные результаты практики могут быть вынесены для обсуждения среди студен-

ческой аудитории, на студенческой научной конференции университета.

По результатам всех видов практики с учетом проведенной документации студент получает зачет на 2 курсе, на 3 и 4 курсах – дифференцированный зачет.

Оценки, полученные по результатам прохождения практики, входят в общую успеваемость студентов. Студенты, не получившие положительной оценки по практике, считаются не выполнившими учебный план и не допускаются к государственным экзаменам и защите дипломных работ.

### **Обязанности руководителей практики**

*Руководитель практики от кафедры университета:*

- знакомится с нормативно-правовой базой, определяющей порядок организации и проведения практики;
- определяет базовые учреждения для прохождения практики;
- обсуждает вопросы прохождения практики с руководством организации и руководителями практики;
- оформляет в письменном виде индивидуальное задание на прохождение соответствующего вида практики и выдает его студенту-практиканту;
- выдает направление и дневник практики;
- разъясняет требования к оформлению отчетной документации;
- оказывает консультационную помощь практикантам по мере необходимости;
- контролирует сдачу практикантом в соответствии со сроком отчетную документацию;
- организует итоговые конференции в течение двух недель после завершения практики в соответствии с графиком учебного процесса;
- выполняет другие обязанности, предусмотренные законодательством, а также указания руководства кафедры и университета, касающиеся организации и проведения практики студентами.

Во время прохождения практики кафедра постоянно оказывает помощь студентам в виде консультаций по возникающим вопросам учебной, воспитательной и исследовательской работы.

### *Руководитель практики от предприятия:*

- разрабатывает график прохождения практики;
- организовывает контроль прохождения практики в соответствии с программой практики и индивидуальным заданием;
- вносит изменения в индивидуальный план в соответствии с планом работы организации;
- контролирует соблюдение студентами-практикантами правил внутреннего трудового распорядка;
- оказывает содействие студентам, проходящим практику, в подборе материала для подготовки отчетных документов о прохождении соответствующего вида практики;
- взаимодействует с руководителем практики от кафедры по вопросам организации и прохождения студентами соответствующего вида практики;
- знакомит студентов с передовыми формами, методами и инновационными технологиями организации работы;
- составляет отзыв-характеристику о прохождении студентом практики с указанием в ней оценки;
- проверяет отчет студента о прохождении практики, подписывает, заверяет отчет печатью организации;
- заполняет соответствующие разделы дневника студента, удостоверяет их подписью и печатью организации.

### **Структура написания отчета по практике**

#### **1. Общая характеристика предприятия**

Исходная база предприятия; его организационно-правовая форма и форма собственности; организационная структура управления и состав основных функциональных служб; характеристика основных направлений деятельности и показатели результатов; номенклатура и ассортимент услуг, целевые рынки предприятия; численность рабочих; общая характеристика потребителя и другие отличительные особенности.

#### **2. Внешнее окружение предприятия**

Особенности внешней среды; характеристика главных конкурентов с учетом их сильных и слабых сторон деятельности по вопросам цены, каналов сбыта и продвижения товаров; потребителей услуг.

#### **3. Отделы маркетинга и рекламы**

Функции, направления деятельности и решаемые задачи; примеры выполненных исследований и полученных результа-

тов; аналитические обзоры (если они есть), связанные с изучением конкуренции, рынка в целом и, в частности, потребительского рынка, сильных и слабых сторон предприятия.

#### 4. Основные направления деятельности предприятия

Опыт изучения рынка (сегмента рынка) услуг специалистами предприятия, применяемые методы и их эффективность; применение маркетинга и рекламы, их концепций, состояние информационного обеспечения рекламной деятельности; анализ ассортимента предлагаемых услуг; рекламная деятельность по услугам своей номенклатуры; система стимулирования; анализ деятельности персонала предприятия; выявление факторов конкурентоспособности.

#### 5. Основные направления и эффективность коммуникативной деятельности предприятия

Практика участия в тендерах; отбор и разработка проектов для реализации; организация и проведение рекламных кампаний и специальных проектов; взаимодействие со СМИ и другими каналами распространения рекламы; рекламно-оформительские работы; мерчендайзинг и т.д.; эффективность рекламной деятельности.

#### 6. Сбор материалов для дипломной работы

Во время прохождения производственной (преддипломной) практики студенты собирают необходимые материалы по менеджменту международных культурных связей, по маркетинговым и рекламным коммуникациям предприятия, материалы по способам стимулирования сбыта и рекламным кампаниям, по отдельным видам и средствам рекламы. Эти материалы используются при подготовке экспериментальной части дипломной работы.

### **Требования по составлению отчета**

Отчет о практике предоставляется в печатном виде на одной стороне листа белой бумаги формата А4. Текст набирается с использованием текстового редактора Word, шрифт типа TimesNewRoman, 14 пунктов, междустрочный интервал составляет «точно» значение 18 пунктов. Размеры полей: верхнее и нижнее – 2 см, левое – 3 см, правое – 1 см. Отступ первой строки нового абзаца текста составляет 1,25 см.

Шрифт печати прямой, светлого начертания, четкий, черного цвета, одинаковый по всему объему текста отчета. Разре-

шается использовать компьютерные возможности акцентирования внимания на определениях, применяя разное начертание шрифта: курсивное, полужирное, курсивное полужирное, выделение с помощью рамок, подчеркивание и др.

Номер страницы ставится внизу по центру без точки. Нумерация на титульном листе отсутствует. Объем отчета о прохождении различных видов практики может составлять:

- для учебной (ознакомительной) практики – не менее 10 страниц печатного текста;
- для производственной (технологической) практики – не менее 10 страниц печатного текста;
- для производственной (преддипломной) практики – не менее 15 страниц печатного текста.

В объем не входит количество страниц приложений. Названия составных частей отчета печатаются прописными буквами с использованием полужирного шрифта на 1 пункт больше, чем в основном тексте. Расстояние между заголовком, в котором указывается название составной части, и текстом должно быть два междустрочных интервала.

Структурно письменный отчет о прохождении любого вида практики должен состоять из следующих составных частей:

- *титульный лист* (оформляется в соответствии с формой, которая дана в приложении);
- *содержание* (состоит из краткого перечисления составных частей отчета);
- *введение* (в краткой форме даются сведения о студенте, проходившем практику, организации, руководителе практики от организации. Указывается адрес последней и сроки прохождения практики. В том числе учитываются иные сведения, которые носят общую информационную направленность. Обязательно указываются цели и задачи практики, пункты индивидуального задания. Объем – 1–1,5 страницы);
- *характеристика организации, где проходила практика* (основные сведения о месте прохождения студентом практики. Основу составляет устав организации, иной учредительный документ и др. Для характеристики социокультурных показателей деятельности организации – документы по планированию, отчетности, материал музейно-выставочного характера, описание программ и проектов и т.д. Объем – 3–4 страницы);

– *работа, проделанная в ходе прохождения практики в соответствии с индивидуальным заданием*(раскрываются основные мероприятия, проведенные в ходе прохождения соответствующего вида практики. Содержание данной части отчета основывается на мероприятиях, которые указаны в разделе дневника практики «Работа, которая выполнялась на практике». Однако она должна содержать подробный и последовательный анализ всех мероприятий, в том числе и выводы по их организации. Отмечаются наиболее интересные моменты. Объем данной составной части составляет 50–60% письменного отчета);

– *заключение*(излагаются выводы, отражающие выполнение целей и задач программы практики и индивидуального задания, предложения по совершенствованию работы организации. Объем – 2–3 страницы);

– *приложения*(включают все документы, прилагаемые к отчету о практике).

## Список рекомендуемой литературы

1. *Аакер, Д.* Бренд-лидерство : новая концепция брендинга: пер. с англ. / Д. Аакер, Э. Йохимтайлер. – М. : Изд. дом Гребенникова, 2003. – 380 с.
2. *Аакер, Д.* Создание сильных брендов : пер. с англ. / Д. Аакер. – М. : Изд. дом Гребенникова, 2003. – 440 с.
3. *Виленский, В.Я.* Технологии профессионально-ориентированного обучения в высшей школе : учеб. пособие / В. Я. Виленский, П. И. Образцов, А. И. Уман ; под ред. В. А. Сластенина. – М. : Пед. об-во России, 2004. – 192 с.
4. *Григорьев, Б. В.* Intercultural Communication. Межкультурные коммуникации / Б. В. Григорьев, В. И. Чумаков. – СПб. : Петрополис, 2008. – 404 с.
5. *Дэвис, Джоэл Дж.* Исследования в рекламной деятельности : теория и практика : пер. с англ. / Дж. Джоэл Дэвис. – М. : Изд. дом «Вильямс», 2003. – 486 с.
6. *Исаенко, Е. В.* Организация и планирование рекламной деятельности : учеб. пособие для вузов / Е. В. Исаенко, А. Г. Васильев. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2004. – 252 с.
7. *Каптерев, А. И.* Информатизация социокультурного пространства / А. И. Каптерев. – М. : ФАИР-ПРЕСС, 2003. – 117 с.
8. *Кочетков, В.* Психология межкультурных различий / В. Кочетков. – М. : ПЕР СЭ, 2002. – 416 с.
9. *Кравченко, Л. В.* Профессиональные ценности ориентации студентов вузов культуры / Л. В. Кравченко // Культура : экономика и право. – 2005. – № 2. – С. 28–29.
10. *Культура и коммуникация : глобальные и локальные измерения : моногр. ; под общ. ред. Ю. В. Петрова.* – Томск : Изд-во науч.-техн. лит., 2004. – 400 с.
11. *Ларченко, С. Г.* Межкультурные взаимодействия в историческом процессе / С. Г. Ларченко. – Новосибирск : Наука, 1991. – 174 с.
12. *Музыкант, В. Л.* Реклама и PR-технологии в бизнесе, коммерции, политике / В. Л. Музыкант. – М. : Дрофа, 2002. – 688 с.
13. *Назайкин, А. Н.* Иллюстрирование рекламы / А. Н. Назайкин. – М. : Эксмо, 2004. – 320 с.
14. *Современные технологии социально-культурной деятельности : учеб. пособие ; под науч. ред. проф. Е. И. Григорьевой.* – Тамбов : Першина, 2004. – 512 с.
15. *Черниченко, В. И.* Дидактика высшей школы : История и современные проблемы / В. И. Черниченко. – М. : Вузовская книга, 2002. – 136 с.

Титульный лист отчета по практике

Министерство культуры Республики Беларусь  
УО «Белорусский государственный университет культуры и искусств»

Кафедра межкультурных коммуникаций

**ОТЧЕТ**

О ПРОХОЖДЕНИИ \_\_\_\_\_ ПРАКТИКИ  
на базе \_\_\_\_\_

в период с «\_\_» \_\_\_\_\_ по «\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

Студент  
ФК и СКД, \_\_ курса, гр. № \_\_\_\_\_  
(подпись)(фамилия, инициалы)

Руководитель практики от организации  
должность \_\_\_\_\_  
(подпись) (фамилия, инициалы)

Руководитель практики от университета  
должность \_\_\_\_\_  
(подпись) (фамилия, инициалы)

Минск 20\_\_

*Учебное издание*

**ПРОГРАММА  
УЧЕБНОЙ И ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ**

**для специальности**

*1-21 04 01 Культурология,*

**направления специальности**

*1-21 04 01-02 Культурология (прикладная),*

**специализаций**

*1-21 04 01-02 02 Менеджмент международных культурных связей, 1-21 04 01-02 03 Менеджмент рекламы и общественных связей*

Корректор В. Б. Кудласевич  
Технический редактор А. В. Гицкая

Подписано в печать 2016. Формат 60x84<sup>1</sup>/<sub>16</sub>.  
Бумага офисная. Ризография.  
Усл. печ. л. 1,28. Уч.-изд. л. 0,85. Тираж экз. Заказ .

Издатель и полиграфическое исполнение:  
УО «Белорусский государственный университет культуры и искусств».  
Свидетельство о государственной регистрации издателя, изготовителя,  
распространителя печатных изданий № 1/177 от 12.02.2014.  
ЛП № 02330/456 от 23.01.2014.  
Ул. Рабкоровская, 17, 220007, г. Минск.