

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ  
ТОМСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ (НИ ТГУ)

Факультет психологии

УТВЕРЖДАЮ:

Декан факультета психологии

 Д.Ю. Баланев

«20» июня 2023 г.

**Фонд оценочных средств по дисциплине**

**Преддипломная практика**

по направлению подготовки

**42.03.01 Реклама и связи с общественностью**

Направленность (профиль) подготовки:

**Работа с социальными медиа**

Форма обучения

**Очная**

Квалификация

**Бакалавр**

Год приема

**2023**

Томск – 2023

**Фонд оценочных средств (ФОС)** является элементом системы оценивания сформированности компетенций у обучающихся в целом или на определенном этапе ее формирования.

ФОС разработан в соответствии с рабочей программой (РП) «Производственная практика: Преддипломная практика», включает в себя набор оценочных материалов для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации (**6 з/е, 216 час., зачет с оценкой**).

### 1. Компетенции и результаты обучения, формируемые в результате практики

Компетенция	Индикатор компетенции	Код и наименование результатов обучения (планируемые результаты обучения, характеризующие этапы формирования компетенций)	Критерии оценивания результатов обучения			
			Неудовлетворительно	Удовлетворительно	Хорошо	Отлично
УК-1. Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	ИУК-1.1. Осуществляет поиск информации, необходимой для решения задачи.  ИУК-1.2. Проводит критический анализ различных источников информации (эмпирической, теоретической).	РО-ИУК1.1. Поиск информации, необходимой для решения задач, поставленных в ВКР;  РО-ИУК-1.2. Анализ вторичной и первичной информации по теме ВКР в рамках «Производственной практики: Преддипломная практика».	Отсутствие знания, умения, навыка	Идентификация знания, умения, навыка	В целом успешная, но сопровождаемая отдельными ошибками демонстрация знания, умения, применения навыка	Успешная и систематическая демонстрация знания, умения, применения навыка
ОПК-1. Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты, и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и	ИОПК-1.4. Демонстрирует навыки написания научных текстов и аналитических записок, имеющие ценность для социума или конкретного медиаресурса	РО-ИОПК-1.4. Написание текста аналитического, научного или обзорного характера в рамках темы ВКР.	Отсутствие знания, умения, навыка	Идентификация знания, умения, навыка	В целом успешная, но сопровождаемая отдельными ошибками демонстрация знания, умения, примен	Успешная и систематическая демонстрация знания, умения, применения навыка

иностранного языков, особенностями иных знаковых систем					ения навыка	
ОПК-7. Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности;	ИОПК- 7.3. Умеет использовать инструменты и средства Интернет для проведения маркетинговых исследований с учетом эффектов и последствий своей профессиональной деятельности, базовых принципов социальной ответственности и аналитических записок, имеющие ценность для социума или конкретного медиаресурса;	РО- ИОПК- 7.3. Умеет использовать инструменты и средства Интернет для проведения маркетинговых исследований с учетом эффектов и последствий своей профессиональной деятельности, базовых принципов социальной ответственности и аналитических записок, имеющие ценность для социума или конкретного медиаресурса, с дальнейшим использованием результатов при написании текстов научно-исследовательского характера;	Отсутствие знания, умения, навыка	Идентификация знания, умения, навыка	В целом успешная, но сопровождаемая отдельными ошибками демонстрация знания, умения, применения навыка	Успешная и систематическая демонстрация знания, умения, применения навыка
ПК-2. Владеет коммуникативными, маркетинговыми и технологиями, интегрированными маркетинговыми и технологиями, технологиями бренд-менеджмента и event-менеджмента	ИПК-2.1. Знает базовые концепции рекламы и связей с общественностью, основы психологии рекламной и PR-деятельности  ИПК-2.3. Демонстрирует способность разрабатывать и	РО-ИПК-2.1. Использование материалов базовых концепций рекламы и связей с общественностью, основ рекламной и PR-деятельности в написании ВКР;  РО-ИПК-2.3. Демонстрация способности разрабатывать и осуществлять коммуникационно – маркетинговые	Отсутствие знания, умения, навыка	Идентификация знания, умения, навыка	В целом успешная, но сопровождаемая отдельными ошибками демонстрация знания, умения, применения	Успешная и систематическая демонстрация знания, умения, применения навыка

	осуществлять коммуникационно – маркетинговые кампании и мероприятия в рамках продвижения бренда	кампании и мероприятия в рамках продвижения бренда для реализации практической части ВКР.			ения навыка	
ПК-3. Владеет навыками поисковой оптимизации и адаптации текстовых материалов, учитывая специфику их стиля;	ИПК-3. 3. Демонстрирует владение навыками презентации научного исследования, в том числе с использованием текстовых материалов;	РО-ИПК-3.3 Владеет навыками поисковой оптимизации и адаптации текстовых материалов, учитывая специфику их стиля;	ПК-3. Владеет навыками поисковой оптимизации и адаптации текстовых материалов, учитывая специфику их стиля;	ПК-3. Владеет навыками поисковой оптимизации и адаптации текстовых материалов, учитывая специфику их стиля;	ПК-3. Владеет навыками поисковой оптимизации и адаптации текстовых материалов, учитывая специфику их стиля;	ПК-3. Владеет навыками поисковой оптимизации и адаптации текстовых материалов, учитывая специфику их стиля;
ПК-5. Способен планировать, координировать и осуществлять оценку эффективности работы по созданию и редактированию контента;	ИПК-5.2. Умеет генерировать, планировать, таргетировать, размещать и оценивать эффективность контента в социальных медиа;	РО-ИПК-5.2. Умеет генерировать, планировать, таргетировать, размещать и оценивать эффективность контента в рамках написания ВКР;	Отсутствие знания, умения, навыка	Идентификация знания, умения, навыка	В целом успешная, но сопровождающаяся отдельными ошибками демонстрация знания, умения, применения навыка	Успешная и систематическая демонстрация знания, умения, применения навыка

ПК-6. Владеет основными принципами и методами сбора статистики посещаемости веб-сайтов, популярными сервисами для сбора веб-статистики.	<p>ИПК-6.1. Демонстрирует навыки использования интернет-сервисов при организации и проведении исследований различных проблем рекламы и связей с общественностью.</p> <p>ИПК-6.4. Способен создавать массивы данных вэб-статистики для использования в аналитической и практической частях выпускной квалификационной работы</p>	<p>РО- ИПК-6.1. Демонстрирует навыки использования интернет-сервисов при организации и проведении исследований различных проблем рекламы и связей с общественностью для написания ВКР.</p> <p>РО-ИПК-6.4. Способность создавать массивы данных вэб-статистики для использования в аналитической и практической частях выпускной квалификационной работы.</p>	Отсутствие знания, умения, навыка	Идентификация знания, умения, навыка	В целом успешная, но сопровождаемая отдельными ошибками демонстрация знания, умения, применения навыка	Успешная и систематическая демонстрация знания, умения, применения навыка

## 2. Этапы формирования компетенций и виды оценочных средств

№	Этапы формирования компетенций (разделы дисциплины)	Код и наименование результатов обучения	Вид оценочного средства
1	Подготовительный этап	РО-ИУК-1.2. Анализ вторичной и первичной информации по теме ВКР в рамках «Производственной практики: Преддипломная практика».	Дневник практики.

2	Основной этап	<p>РО-ИУК1.1. Поиск информации, необходимой для решения задач, поставленных в ВКР;</p> <p>РО-ИУК-1.2. Анализ вторичной и первичной информации по теме ВКР в рамках «Производственной практики: Преддипломная практика».</p> <p>РО-ИОПК-1.4. Написание текста аналитического, научного или обзорного характера в рамках темы ВКР.</p> <p>РО- ИОПК- 7.3. Умеет использовать инструменты и средства Интернет для проведения маркетинговых исследований с учетом эффектов и последствий своей профессиональной деятельности, базовых принципов социальной ответственности и аналитических записок, имеющие ценность для социума или конкретного медиаресурса, с дальнейшим использованием результатов при написании текстов научно-исследовательского характера;</p> <p>РО-ИПК-2.1. Использование материалов базовых концепций рекламы и связей с общественностью, основ рекламной и PR-деятельности в написании ВКР;</p> <p>РО-ИПК-2.3. Демонстрация способности разрабатывать и осуществлять коммуникационно – маркетинговые кампании и мероприятия в рамках продвижения бренда для реализации практической части ВКР.</p> <p>РО-ИПК-3.3 Владеет навыками поисковой оптимизация и адаптация текстовых материалов, учитывая специфику их стиля;</p> <p>РО- ИПК-5.2. Умеет генерировать, планировать, таргетировать, размещать и оценивать эффективность контента в рамках написания ВКР;</p> <p>РО- ИПК-6.1. Демонстрирует навыки использования интернет-сервисов при</p>	Дневник практики.
---	---------------	--	-------------------

		<p>организации и проведении исследований различных проблем рекламы и связей с общественностью для написания ВКР.</p> <p>РО-ИПК-6.4. Способность создавать массивы данных вэб-статистики для использования в аналитической и практической частях выпускной квалификационной работы.</p>	
3	Завершающий этап	<p>РО-ИУК-1.2. Анализ вторичной и первичной информации по теме ВКР в рамках «Производственной практики: Преддипломная практика».</p> <p>РО-ИОПК-1.4. Написание текста аналитического, научного или обзорного характера в рамках темы ВКР.</p> <p>РО- ИОПК- 7.3. Умеет использовать инструменты и средства Интернет для проведения маркетинговых исследований с учетом эффектов и последствий своей профессиональной деятельности, базовых принципов социальной ответственности и аналитических записок, имеющие ценность для социума или конкретного медиаресурса, с дальнейшим использованием результатов при написании текстов научно-исследовательского характера;</p> <p>РО-ИПК-2.1. Использование материалов базовых концепций рекламы и связей с общественностью, основ рекламной и PR-деятельности в написании ВКР;</p> <p>РО-ИПК-3.3 Владеет навыками поисковой оптимизация и адаптация текстовых материалов, учитывая специфику их стиля;</p> <p>РО- ИПК-5.2. Умеет генерировать, планировать, таргетировать, размещать и оценивать эффективность контента в рамках написания ВКР;</p> <p>РО- ИПК-6.1. Демонстрирует навыки использования интернет-сервисов при организации и проведении исследований различных проблем рекламы и связей с общественностью для написания ВКР.</p>	Текст ВКР

4	Промежуточная аттестация	<p>РО-ИУК-1.2. Анализ вторичной и первичной информации по теме статьи в рамках «Производственной практики: Научно-исследовательская работа».</p> <p>РО-ИОПК-1.4. Написание текста аналитической, научной или обзорной статьи в рамках темы ВКР.</p> <p>РО-ИПК-2.1. Использование материалов базовых концепций рекламы и связей с общественностью, основ рекламной и PR-деятельности в написании аналитической, научной или обзорной статьи.</p> <p>РО-ИПК-6.3. Написание аналитической, научной или обзорной статьи в рамках исследуемой области, используя анализ вторичной, первичной информации и анализ Интернет-данных.</p> <p>РО-ИПК-3.3. Устно защитить результаты проведенного исследования с написанной аналитической, научной или обзорной статьи в рамках исследуемой области.</p>	Устная защита результатов практики. Дневник
---	--------------------------	---	---

### 3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки образовательных результатов обучения в рамках практики «Производственная практика: Преддипломная практика».

Описание содержания работ, выполненных обучающимся в ходе практики, является основным показателем образовательных результатов обучения в рамках практики «Производственная практика: Преддипломная практика». Содержание работ определяется индивидуальным заданием. Оно, в свою очередь, формулируется руководителем практики. Согласуется с целью и задачами практики (см. программу). Индивидуальное задание представлено в начале дневника практики. Далее следует описание содержания выполненных работ. Они подробно, поэтапно отражаются в Дневнике практики (Приложение 1).

Практика проходит на базе НИ ТГУ – студент анализирует литературу, проводит анализ первичных и вторичных данных и пишет ВКР.

Основными продуктами практики являются – дневник, текст ВКР, скрин антиплагиата (не менее 85% уникальности текста) и презентация к защите результатов практики.

Подготовительный этап предполагает: согласование индивидуального задания с руководителем практики.

Основной этап предполагает: написание ВКР. Заполнение дневника практики.

Завершающий этап предполагает: составление дневника и защиту результатов практики в

устной форме перед комиссией.

Все документы по практике, а именно: Дневник по форме с подписями студентам и руководителя практики, текст ВКР, презентация доклада – прикрепляются в соответствующий ЭУК Moodle.

#### 4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания образовательных результатов обучения

Формой отчетности по «Производственной практики: Преддипломная практика» являются Дневник (см. Фонд оценочных средств, Приложение 1), который включает индивидуальное задание, дневник практики и текст ВКР. Дневники сдаются в электронном и печатном виде. Указываются актуальные сроки практики, содержание работ на разных этапах практики.

Требования к тексту ВКР:

- **Структура ВКР, выполненной в виде теоретического академического исследования:**

1. Титульный лист представляет основные сведения о научной работе: надзаголовочные данные, заглавие, подзаголовочные данные. (Приложение 1). Необходимо обратить внимание на то, что в подзаголовочных данных указываются: научное звание (если есть), должность, фамилия и инициалы научного руководителя, дата защиты работы, личная подпись; фамилия и инициалы студента, номер группы, дата сдачи работы и его личная подпись.
2. Оглавлением является представление заголовков глав и других элементов работы (введения, параграфов, заключения, библиографического списка, приложений) в порядке появления и со ссылками на страницы, с которых начинается каждая часть. Формулировка названий и нумерация глав в оглавлении должны точно совпадать с названием и нумерацией элементов внутри работы.

#### 3. Введение

Во введении автор обосновывает актуальность темы, связывая её с определенной проблемной ситуацией в практике или теории; формулирует основную проблему своего исследования; кратко описывает современное состояние темы (степень её изученности отечественными и, возможно, зарубежными исследователями); определяет объект и предмет исследования, цель и задачи, возможно, гипотезу; представляет методологию исследования.

**Актуальность** темы – это её важность и востребованность для решения конкретной проблемы, существующей в сфере теории или практики социальных коммуникаций (в частности, в сфере рекламы и связей с общественностью). При обосновании актуальности необходимо объяснить причину, по которой избранную тему работы необходимо изучать именно в данный момент. Как правило, актуальность исследования представляется противоречивой (проблемной) ситуацией, требующей решения.

Постановка **проблемы** определяется проблемной ситуацией: исследователь ставит ряд вопросов и определяет для себя, какой из них более всего отражает основное противоречие, то есть, на какой вопрос он будет искать ответ в ходе своего исследования. Таким образом проблема всегда фиксирует наличие какого-либо противоречия.

Это может быть противоречие (или несоответствие/рассогласование) между: 1)

целью и средствами её достижения; 2) целью и результатами какой-либо деятельности (включая познавательную); 3) необходимостью и возможностью некоторого действия; 4) сущим и должным (в смысле того, что есть, существует и тем, что должно быть). Формулировка проблемы чаще всего содержит такие слова, как «отсутствие», «недостаточность», «несоответствие», «рассогласование», «нечеткость», и т.п. Чем точнее сформулирована проблема, тем легче сформулировать цель работы.

**Степень изученности** темы выявляется при помощи анализа литературы и электронных источников. Сложность работы тем выше, чем менее изучена её тема. Однако и новизна исследования в таком случае выше.

**Объект** — это явление, которое порождает проблемную ситуацию и открыто для научного исследования. Объектом может быть любой элемент реальности, который можно ограничить от других элементов и рассмотреть с разных позиций: сам человек или общество; любая сфера их деятельности, технические и технологические устройства, отношения элементов реальности друг к другу, их связи (коммуникации) и т. д.

**Предмет** находится в границах объекта и является частным проявлением объекта. Именно с предметом связано исследование автора научной работы, на него направлено основное внимание и исходя из него формулируется тема работы. Объект с предметом всегда соотносятся друг с другом как общее с частным. Предмет исследования чаще всего выносится в название работы.

**Гипотеза** исследования — это предположение, которое автор может выдвинуть (что не всегда оправдано и целесообразно) во введении и которое необходимо подтвердить или опровергнуть (полностью или частично) в заключении. Гипотеза может включать в себя несколько пунктов. Часто она описывает *условия*, при которых, на взгляд автора, может быть достигнута цель работы. В этом случае гипотеза *располагается после цели и задач*.

**Целью** работы является воображаемый (планируемый) результат, который автор собирается достичь, проведя исследование. Цель исследования должна напрямую соотноситься с проблемой и предметом исследования, быть максимально конкретной. Следует различать цель всего исследования или всей ВКР (т.е. «теоретическую» цель) и цель его *практической части*, если таковая имеется («практическую» цель).

**Задачи** исследования — это промежуточные цели-шаги, которые предпринимает автор для достижения основной цели. Чем сложнее и, возможно, объемнее исследование, тем большее количество задач необходимо решить для достижения цели. Однако желательно, чтобы общее количество задач не превышало 7-8. Количество сформулированных задач, как правило, определяет количество параграфов. В каждом параграфе должна решаться одна крупная задача. Задачи, как и параграфы в работе, должны логично и последовательно вести к достижению цели. Последовательность задач не может быть случайной: каждая последующая задача вытекает из предыдущей. Формулирование задач обычно начинается со слов «рассмотреть», «описать», «проанализировать», «определить», «установить», «вывести формулу», «выявить», «просчитать», «оценить», «сравнить» и т. п. Последовательное решение всех поставленных задач составляет основное содержание выпускной работы.

**Методология** представляет собой описание теоретических (философских, общенаучных и специально научных) подходов, теорий и концепций, используемых автором в работе; а также конкретных прикладных методов (способов) исследования. Соответственно, в методологии выделяются следующие уровни: 1) фундаментальный (или философский), 2) общенаучный, 3) специально научный и 4) прикладной. Иногда философские концепции объединяются в один уровень с общенаучными, и тогда общее количество уровней методологии сокращается до трёх. В некоторых случаях методология ВКР начинается сразу с общенаучного уровня, минуя фундаментальный (философский). В любом случае наличие или отсутствие фундаментального уровня должно быть оправдано самой темой и целью исследования. Методологию исследования не следует путать с *источниковой базой* исследования. В первом случае – это краткое описание философских,

общенаучных и специально-научных концепций и теорий, а во втором – непосредственно перечисление философских и научных источников, в которых описываются эти концепции и теории.

**Методика** исследования – это совокупность конкретных методов (способов/приемов), используемых для решения промежуточных задач и достижения основной цели работы. В том числе и заимствованных из специально-научной литературы, упомянутой в прикладном уровне методологии данного исследования.

**Методы** – это «инструменты» (способы/приёмы) научного исследования. Наиболее часто при работе над выпускным квалификационным исследованием используются следующие методы:

**Анализ** – это метод, представляющий собой изучение объекта после его разделения на составляющие части (свойства, стороны, отношения между ними). Необходимо уточнить, какую именно разновидность этого метода использует автор, например:

- **сравнительный (компаративный) анализ** (выделяются несколько признаков, и объекты сравниваются по ним),
- **статистический анализ** (рассматривается динамика изменения предмета за некоторый период),
- **ситуационный анализ (SWOT)**, структурный анализ (исследование характеристики систем посредством определения в ней подсистем (элементов различного уровня), а также определение отношений и связи между ними),
- **анализ больших данных (big data)**, и т.п.

**Аналогия.** Метод, который дает возможность сделать вывод о том, что при сходстве объектов по одним признакам они могут быть сходны по другим.

**Дедукция.** Данный метод позволяет сделать вывод о частных свойствах объекта на основании логических размышлений о его общих свойствах. Общие свойства обычно даны изначально, тогда как к частным свойствам автор должен прийти сам.

**Индукция.** Метод противоположный дедукции. Вывод об общем делается на основании частных явлений.

**Классификация.** Используя этот метод, исследователь разделяет объекты или его признаки на группы в соответствии с какими-либо общими свойствами, важными для работы.

**Моделирование.** Метод, при котором создается некая *идеальная копия* или реальный макет (модель) изучаемого объекта, и именно она рассматривается в работе. Модель заменяет оригинал с интересующих исследователя сторон и является более удобной с точки зрения работы с ней (менее громоздкой, более доступной и т.д.).

**Включенное наблюдение.** Использование этого метода предполагает целенаправленное восприятие автором исследования неких явлений объективной действительности, в ходе которого он получает знания о свойствах этих явлений. При этом необходимо описывать условия, при которых осуществлялось наблюдение.

**Обобщение.** Прием, который помогает установить общие свойства объектов.

**Описание.** Фиксация воспринятой автором информации средствами естественного или искусственного языка.

**Прогнозирование.** Метод, используемый при исследовании перспектив и результатов развития явления.

**Синтез.** Метод, противоположный анализу: соединение ранее выделенных частей в целое.

**Эксперимент.** Метод, предполагающий попытку испытать изучаемый объект в контролируемых и управляемых условиях.

**Case-study** – рассмотрение реальных ситуаций, примеров из практики.

Примечание: такие методы, как аналогия, анализ (без уточнения вида), синтез,

индукция, дедукция, абстрагирование и сопоставление, являющиеся, по сути, *основными операциями любого мышления*, как правило, не указываются во «Введении», поскольку их использование само собой разумеется. Указываются только специальные виды анализа (см. выше).

В заключительной части «Введения» нужно описать практическую ценность выпускной квалификационной работы; планируемую структуру ВКР: перечислить все части, кратко изложить суть каждой из них, обосновать последовательность их расположения. Объем Введения – не менее 3 стр. и не более 5 стр.

#### 4. Основная часть

В разделах (главах) основной части ВКР бакалавра подробно рассматривается методика и техника исследования, излагаются и обобщаются результаты.

Основная часть ВКР должна содержать:

– разделы, отражающие содержание и результаты работ по выполнению задания (не менее 2-х разделов и не более 5)

Основная часть составляет не менее 50 и не более 65 страниц печатного текста, без учета приложений (А4, кегль 12, интервал 1,5).

Количество источников, цитируемых (косвенно или прямо) не менее 60.

#### 5. Заключение

Заключение составляет не менее 2 и не более 5 страниц. Оно представляет собой краткое описание выводов, к которым пришел автор, решая задачи, поставленные во введении (сколько задач во введении – столько выводов в заключении).

• **Структура ВКР, выполненной в виде прикладного проектного исследования:**

**Важно:** проект – уникальный комплекс взаимосвязанных работ (мероприятий), направленных на создание продукта или услуги в условиях заданных требований и ограничений (IPMA - Международная ассоциация управления проектами). Он должен быть реализован. В случае форс-мажора - непредсказуемого события, когда, например, заказчик переносит реализацию проектных мероприятий, на защиту представляется утвержденная заказчиком концепция проекта, а также сделанная и утвержденная часть проектных мероприятий.

1. *Титульный лист* является первой страницей ВКР и служит источником информации, для обработки и поиска документа.
2. *Содержание* включает наименование всех разделов, подразделов, введение, заключение, список использованных источников и литературы, наименование приложений с указанием номеров страниц, с которых начинаются эти элементы ВКР.
3. *Вводная часть* включает в себя следующие методологические элементы:

• **Актуальность** проекта. Она связана с определенной противоречивой (проблемной) ситуацией, требующей решения в практической сфере социальных коммуникаций. При обосновании актуальности необходимо объяснить причину, указать какие-либо затруднения, противоречия в практике, из которых вытекает необходимость разработки и реализации проекта в данный момент, его важность и востребованность для решения конкретной проблемы.

• Постановка **проблемы** определяется проблемной ситуацией: исследователь (разработчик проекта) ставит ряд вопросов и определяет для себя, какой из них более всего отражает основное противоречие, то есть, на какой вопрос он будет искать ответ в ходе своего исследования. Таким образом проблема всегда фиксирует наличие какого-либо

противоречия. Это может быть противоречие (или несоответствие/рассогласование) между: 1) целью и средствами её достижения; 2) целью и результатами какой-либо деятельности (включая познавательную); 3) необходимостью и возможностью некоторого действия; 4) сущим и должным (в смысле того, что есть, существует и тем, что должно быть). Формулировка проблемы чаще всего содержит такие слова, как «отсутствие», «недостаточность», «несоответствие», «рассогласование», «нечеткость», и т.п. Чем точнее сформулирована проблема, тем легче сформулировать цель работы.

- Степень **изученности темы и разработанности проблемы** выявляется при помощи анализа литературы, электронных источников, а также статистических и иных данных, отражающих состояние дел в описываемой сфере социальных коммуникаций

- **Объект** проектной деятельности определяет границы исследования. Это, что порождает проблемную ситуацию и нуждается в изменениях на практике. Объектом может быть любой элемент реальности, который можно ограничить от других элементов и рассмотреть с разных позиций: любая сфера деятельности, связи (коммуникации) и т. д.

- **Предмет** находится в границах объекта и является частным проявлением объекта. Именно с предметом связано исследование автора научной работы, на него направлено основное внимание и исходя из него формулируется тема работы. Объект с предметом всегда соотносятся друг с другом как общее с частным. Предмет исследования чаще всего выносится в название работы.

- **Цель** проекта – это ожидаемый результат деятельности, выраженный в позитивных коммуникационных изменениях, появившихся благодаря реализации проекта. Цель проекта должна напрямую соотноситься с проблемой и предметом исследования, быть максимально конкретной.

**При постановке цели проекта желательно руководствоваться SMART-тест:**

- конкретность (specific)
- измеримость (measurable)
- достижимость (achievable)
- актуальность (relevant)
- временные рамки (time bound)

- **Задачи** проекта (действия по достижению промежуточных результатов, направленных на достижение цели). Они должны соответствовать фазам жизненного цикла проекта (4 фазы: концепция, разработка планов, реализация и завершение / презентация). Однако желательно, чтобы общее количество задач не превышало 7-8. Содержание ВКР отражает решение крупных задач.

- **Ресурсы** (материально-технические, кадровые, информационные, нормативно – правовые, финансовые и т.д.).

- **Стейкхолдеры** проекта – описание основных участников и заинтересованных субъектов.

- **Бюджет** (при наличии) - это план затрат, определяющий: когда, сколько и за что будут выплачиваться денежные средства. Это сметная стоимость проекта, распределенная по периодам выполнения проекта. Может выглядеть как директивный документ, представляющий собой реестр планируемых расходов и доходов с распределением по статьям на соответствующий период времени.

- Последовательный **перечень этапов** с их кратким содержанием и указанием времени, необходимого на их реализацию. Может быть представлена в виде диаграммы Ганта

- **Конечный продукт проекта** (ожидаемый результат, представляемый в форме: печатной рекламы, видеоролика, Интернет-рекламы, сценария мероприятия и т.д.);

- Критерии оценки **эффективности** реализации проекта (признаки, на основании которых производится оценка эффективности реализации проекта), диагностический инструментарий (средства оценивания результатов реализации проекта). Могут быть количественные и качественные.

- Прогноз возможных **рисков**, негативных последствий, способы коррекции, компенсации негативных последствий. Риск - это вероятность наступления события, которое будет иметь негативный или позитивный эффект для проекта.

- **Теоретическая база** проекта (описание использованной литературы и других источников);

- **Методы** работы над ВКР проектного типа. **Методы** научного исследования включают в себя способы («инструменты»), которые использовал автор при работе над исследованием. Метод - это совокупность приемов, используемых для решения задач и достижения цели работы. Наиболее часто при работе над выпускным квалификационным исследованием используются следующие методы:

**Анализ** – это метод, представляющий собой изучение объекта после его разделения на составляющие части (свойства, стороны, отношения между ними). Необходимо уточнить, какую именно разновидность этого метода использует автор, например:

- **сравнительный анализ** (выделяются несколько признаков, и объекты сравниваются по ним),
- **статистический анализ** (рассматривается динамика изменения предмета за некоторый период),
- **ситуационный анализ (SWOT)**, структурный анализ (исследование характеристики систем посредством определения в ней подсистем (элементов различного уровня), а также определение отношений и связи между ними),
- **анализ больших данных (big data)**, и т.п.

**Аналогия.** Метод, который дает возможность сделать вывод о том, что при сходстве объектов по одним признакам они могут быть сходны по другим.

**Дедукция.** Данный метод позволяет сделать вывод о частных свойствах объекта на основании логических размышлений о его общих свойствах. Общие свойства обычно даны изначально, тогда как к частным свойствам автор должен прийти сам.

**Индукция.** Метод противоположный дедукции. Вывод об общем делается на основании частных явлений.

**Классификация.** Используя этот метод, исследователь разделяет объекты или его признаки на группы в соответствии с какими-либо общими свойствами, важными для работы.

**Моделирование.** Метод, при котором создается некая *идеальная копия* или реальный макет (модель) изучаемого объекта, и именно она рассматривается в работе. Модель заменяет оригинал с интересующих исследователя сторон и является более удобной с точки зрения работы с ней (менее громоздкой, более доступной и т.д.).

**Включенное наблюдение.** Использование этого метода предполагает целенаправленное восприятие автором исследования неких явлений объективной действительности, в ходе которого он получает знания о свойствах этих явлений. При этом необходимо описывать условия, при которых осуществлялось наблюдение.

**Обобщение.** Прием, который помогает установить общие свойства объектов.

**Описание.** Фиксация воспринятой автором информации средствами естественного или искусственного языка.

**Прогнозирование.** Метод, используемый при исследовании перспектив и результатов развития явления.

**Синтез.** Метод, противоположный анализу: соединение ранее выделенных частей в целое.

**Эксперимент.** Метод, предполагающий попытку испытать изучаемый объект в контролируемых и управляемых условиях.

**Case-study** – рассмотрение реальных ситуаций, примеров из практики.

- **Практическая ценность** ВКР проектного типа;
- **Описание структуры** ВКР проектного типа.

Объем вводной части – не менее 3 стр., не более 5 стр.

4. *Основная часть*: объем не менее 45 и не более 55 страниц печатного текста

1. *Концепция проекта (соответствует аналитическому этапу)*

В данном разделе должна быть представлена разработанная концепция, в которой будут обозначены цель, задачи, продукт и результат проекта в соответствии с изучением ситуации и выявлением потребности в проекте, исходя их особенностей целевой аудитории, окружения проекта и его участников, ресурсов, рисков, требований к проекту.

Кроме этого, в концепции проекта содержится описание его теоретической базы, со ссылками на конкретные научные школы и работы конкретных исследователей, а также описание источников (основных и дополнительных), которые необходимы для решения проектных задач.

Методологическая основа проектирования и проектной деятельности: 2 уровня: специально-научный и прикладной.

2. *Механизм реализации проекта (соответствует стратегическому и внедренческому этапам (стратегические планы реализации, конкретные механизмы, и проч), )*

В данном разделе отражается планирование работ по проекту, которые представлены в перечне этапов реализации проекта. Планирование проекта предполагает формальное представление последовательности достижения цели на основе сформулированного комплекса работ (мероприятий, действий), применение методов и средств реализации этих работ, увязки ресурсов, необходимых для их выполнения, согласование действий команды проекта.

При осуществлении планирования должны быть учтены следующие принципы:

- принцип единства: обеспечение взаимосвязи цели и задач, мероприятий, ресурсов, показателей, ответственных лиц;
- принцип преемственности и адаптивности: планирование осуществляется в течение жизненного цикла проекта и соотносится с областями знаний проекта;
- принцип унификации: применение формата предоставления данных и форм отчетности, периодов планирования, алгоритмов и процедур планирования;
- принцип достаточности раскрытия плановых показателей для обеспечения принятия действенных управленческих решений;
- принцип ответственности: субъекты планирования несут ответственность в зоне своей компетенции.

3. *Отчет о реализации проекта*

Отчет соответствует презентационному этапу. В нём описываются полученные результаты (в том числе, продукт проекта), даётся оценка эффективности проекта согласно целевым количественным и качественным показателям.

Если проекта не реализован до конца, в случае форс-мажора - непредсказуемого события, когда, например, заказчик переносит реализацию проектных мероприятий, в отчете представляется утвержденная заказчиком концепция проекта, а также сделанная и утвержденная часть проектных мероприятий. Прикладывается экспертная оценка потенциала проекта.

4. *Заключение*

Заключение составляет не менее 2 и не более 5 страниц. Представляет собой краткое описание выводов, к которым пришел автор, решая задачи, поставленные во Введении (сколько задач во Введении – столько выводов в Заключении).

5. *Список использованных источников и литературы*

Список должен содержать сведения об источниках (литературы), использованных при составлении ВКР. Не менее 50 источников.

6. *Материалы проекта – обязательное представление в качестве приложений.*

- *Требования к оригинальности текста ВКР:*

Текст ВКР не должен содержать неправомерных заимствований. Уровень оригинальности текста ВКР должен быть не ниже 70%. До 30% текста может составлять легитимное заимствование: использование прямых цитат экспертов, теоретиков и практиков сферы социальных коммуникаций, политики и пр. с указанием источника цитирования.

Форматирование текста ВКР:

- поля: правое – 10 мм, левое – 30 мм, верхнее – 20 мм, нижнее – 20 мм;
- размер шрифта – 12;
- межстрочный интервал – полуторный;
- отступ 1,25.

- *Требования к электронной презентации*

В электронной презентации должны быть представлены все ключевые моменты введения ВКР: актуальность, проблематика, цель и задачи, методология исследования, результаты, выводы и др. Основные требования: ёмкость презентации, логическая структурированность, соответствие содержания теме проекта, наличие иллюстративного (при наличии демонстрационного) материала, соблюдение регламента.

Объем: 10-15 слайдов.

При оформлении презентации рекомендуется использовать не более 3 цветов и 2 шрифтов. Не рекомендуется использовать трудночитаемые шрифты, а также шрифт с размером кегля менее 12. Мелкий шрифт сделает презентацию нечитаемой, в результате чего снижается её эффективность. При выборе цвета шрифтов необходимо соотносить их с цветом фона страницы с целью обеспечения достаточной контрастности при чтении.

Анимация текста, рисунков, звуков, фильмов и других объектов на слайдах подчеркивает различные аспекты содержания, управляет потоком информации, делает презентации более интересными и информативными.

**НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ  
ТОМСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ**

Учебное структурное подразделение Кафедра социальных коммуникаций ФП

**ДНЕВНИК ПРАКТИКИ**

Студент

\_\_\_\_\_  
(ФИО полностью)

Курс

Направление подготовки

Наименование ООП/ОПОП «Работа с социальными медиа»

Вид практики Производственной практика: преддипломная практика

Тип практики Практика в профессиональной сфере

Способ проведения практики выездная

Место

практики:

Срок практики с « » \_\_\_\_\_ 202\_ г. до « » \_\_\_\_\_ 202\_ г.

## I. ИНФОРМАЦИЯ О НАЗНАЧЕНИИ РУКОВОДИТЕЛЕЙ ПРАКТИКИ

1. Руководитель практики от НИ ТГУ:

---

(Ф.И.О, должность, номер и дата приказа о назначении)

2. Руководитель практики от профильной организации:

---

(Ф.И.О, должность, номер и дата приказа о назначении)

Руководитель структурного подразделения  
НИ ТГУ

Уполномоченный представитель профильной  
организации<sup>1</sup>

\_\_\_\_\_ / Кужелева-Саган И.П.

(подпись)

(ФИО)

« » \_\_\_\_\_ 202\_ г

МП (при наличии)

\_\_\_\_\_ / Носова С.С.

(подпись)

(ФИО)

« » \_\_\_\_\_ 202\_ г

МП (при наличии)

## II. ИНСТРУКТАЖ

Инструктаж по ознакомлению с требованиями охраны труда, техники безопасности, пожарной безопасности и правилами внутреннего трудового распорядка

1. Инструктаж в ТГУ

Провёл

Ознакомлен

Ответственный от НИ ТГУ

Студент

\_\_\_\_\_ / Носова С.С.

(подпись)

(Ф.И.О)

\_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_

(подпись)

(Ф.И.О)

2. Инструктаж в профильной организации

Провёл

Ознакомлен

Ответственный от профильной организации

Студент

---

<sup>1</sup> Уполномоченный представитель профильной организации – сотрудник профильной организации, имеющий право подтверждать факт назначения руководителя практики от профильной организации.

\_\_\_\_\_ / Носова С.С.

(подпись)

(Ф.И.О)

\_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_

(подпись)

(Ф.И.О)

### **III. ИНДИВИДУАЛЬНОЕ ЗАДАНИЕ, СОДЕРЖАНИЕ И ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ПРАКТИКИ**

#### **Цель :**

Цель преддипломной практики состоит в подготовке к предзащите выпускной квалификационной работы (ВКР) бакалавра по направлению «Реклама и связи с общественностью».

#### **Задачи:**

1. - планирование и организация рекламных кампаний и кампаний по связям с общественностью;
2. - разработка и реализация коммуникационного проекта, а также модели оценки его эффективности, исходя из целей и задач базисного субъекта рекламной или PR-деятельности, исследуемой в рамках ВКР;
3. - ознакомление с актуальными концепциями и теориями социально-философского знания, изучающими социальные коммуникации сетевого общества;
4. - формирование нового знания, касающегося изучения частных аспектов сферы социальных коммуникаций сетевого общества;
5. - применение аналитических навыков и умений студентов для систематизации информации о коммуникационной инфраструктуре базисного субъекта;
6. - выявление и формулирование актуальных коммуникационных проблем базисного субъекта рекламной или PR-деятельности, исследуемой в рамках ВКР на основе сбора, систематизации и анализа информации из различных источников с применением информационно-коммуникационных технологий;
7. - составление студентами аналитических справок, отчетов и прогнозов для базисного субъекта рекламной и PR-деятельности, включая работу с источниками на иностранном языке;
8. - разработка механизмов контроля, оценки эффективности и корректировки стратегий, планов, кампаний и отдельных мероприятий базисного субъекта в области рекламы и связей с общественностью.

Руководитель практики от ТГУ: Носова С.С.

Руководитель практики от профильной организации: Носова С.С.

### **IV. РАБОЧИЙ ГРАФИК (ПЛАН) ПРОВЕДЕНИЯ ПРАКТИКИ И ТЕКУЩИЙ КОНТРОЛЬ**



**V. ЗАКЛЮЧЕНИЕ СТУДЕНТА ПО ИТОГАМ  
ПРАКТИКИ И ЕГО ПРЕДЛОЖЕНИЯ**

**VI. ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ СТУДЕНТА  
ОТ НАУЧНОГО РУКОВОДИТЕЛЯ**

**(дается краткая характеристика с указанием достоинств и недостатков и  
оценка с учетом осваиваемых компетенций)**

Научный руководитель:

« » \_\_\_\_\_ 202\_ г.

тел.:

e-mail:

\_\_\_\_\_  
(подпись)

**VIII. ЗАКЛЮЧЕНИЕ РУКОВОДИТЕЛЯ ПРАКТИКИ ОТ НИ ТГУ**  
(дается оценка с учетом осваиваемых компетенций)

Руководитель практики от ТГУ: \_\_\_\_\_  
(подпись)

« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20 \_\_ г.