

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.

Рабочая программа производственной практики

Профессионально-ознакомительная (проектно-технологическая) 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

Код дисциплины в учебном плане: Б2.О.01.02(У)

СОГЛАСОВАНО:

Руководитель ОП


И.П. Кужелева-Саган

Председатель УМК


Э.А. Щеглова

Томск – 2023

1. Цель практики

Целью производственной практики является получение обучающимися первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности, направленное на формирование следующих компетенций:

УК-3. Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде

ОПК-4. Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности;

ОПК-6. Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности

ПК-3. Владеет навыками поисковой оптимизации и адаптации текстовых материалов, учитывая специфику их стиля;

ПК-4. Способность работать с текстовыми и графическими редакторами, с агрегаторами новостей, электронными подписками и т.д.;

ПК-5. Способен планировать, координировать и осуществлять оценку эффективности работы по созданию и редактированию контента

ПК-6. Владеет основными принципами и методами сбора статистики посещаемости веб-сайтов, популярными сервисами для сбора веб-статистики.

2. Задачи практики

- Сформировать навыки проведения критического анализа различных источников информации (эмпирической, теоретической);
- сформировать навыки написания текстов и аналитических записок, имеющие ценность для социума или конкретного медиаресурса;
- научить применять базовые концепции рекламы и связей с общественностью, основы рекламной и PR-деятельности в написании аналитических, научных или обзорных статьях;
- сформировать навыки презентации научного исследования, в том числе с использованием текстовых материалов;
- научить работать с программным обеспечением;
- приобрести опыт составления аналитических справок, обзоров и прогнозов в рамках исследуемой области, в том числе с использованием данных веб-статистики и данных эмпирических исследований.

3. Место практики в структуре образовательной программы

Практика относится к Блоку 2 «Практика».

Практика относится к обязательной части образовательной программы.

4. Семестр(ы) освоения и форма(ы) промежуточной аттестации по практике

Семестр 3, зачет.

5. Входные требования для освоения практики

Для успешного освоения практики требуются результаты обучения по следующим дисциплинам: Теория и практика массовой информации, Основы теории коммуникации, История рекламы и связей с общественностью, Основы медиапланирования, Блоггинг, Дизайн в PR и рекламе, Основы компьютерного дизайна: практикум, Технологии разработки рекламного продукта в digital-среде, SMM-кампания: цели, стратегия, алгоритм, SMM-активности, Статистический анализ в гуманитарных исследованиях, Модуль

"Экономика и предпринимательство", Социальное предпринимательство, Коммуникативная компетентность, Практическая журналистика и редактирование, Компьютерные технологии и информатика, "Ловцы человек" или социальные сети в медиа, бизнесе, рекрутинге и образовании, Нейминг: технологии разработки, оценка эффективности.

Практика организационно-методически и содержательно связана с Учебной практикой, Профильными мастерскими, Производственной практикой, Профессионально-творческой практикой (профильный проект), Практикой в профессиональной сфере, Преддипломной практикой, Подготовкой к сдаче и сдача государственного экзамена, Подготовкой к процедуре защиты и защитой выпускной квалификационной работы.

6. Способы и формы проведения практики

Практика проводится на базе ТГУ. Способы проведения: стационарная.

Форма проведения: непрерывно, в соответствии с календарным графиком и учебным планом.

7. Объем и продолжительность практики

Объем практики составляет 3 зачётных единицы, 108 часа, из которых:

– контактная работа: 48 ч.

Объем самостоятельной работы студента определен учебным планом.

Практика проводится в форме практической подготовки.

Продолжительность практики составляет 2 недели.

8. Планируемые результаты практики

Результатами прохождения практики являются следующие индикаторы достижения компетенций:

УИК-3.2. Учитывает ролевые позиции других участников в командной работе

ИОПК-4.3. Демонстрирует навыки применения различных средств коммуникации на основе выявления, анализа и оценки запросов и потребностей общества и аудитории;

ИОПК-6.3. Способен выбирать, использовать современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности;

ИПК-3.2. Знает основные принципы мультимедийного дизайна и цифрового паблишинга, использует их при оптимизации и адаптации текстовых материалов;

ИПК-4.2. Способен использовать различные графические редакторы при решении задач профессиональной деятельности;

ИПК-5.2. Умеет генерировать, планировать, таргетировать, размещать и оценивать эффективность контента в социальных медиа;

ИПК-6.2. Способен на основе собранных данных веб-статистики предложить решения или разработать рекомендации, увеличивающие эффективность работы интернет-ресурса, его посещаемость, базу подписчиков и др.

9. Содержание практики

Этапы практики	Виды работ, связанные с будущей профессиональной деятельностью	Часы всего (в т.ч. контактные)
1. Организационный	1. Проведение собрания по организации практики: – знакомство с целями, задачами, требованиями к практике и формами отчетности по практике (программой практики);	8 (8)

	<p>– знакомство с графиком проведения практики; – подготовка дневников практиканта.</p> <p>2. Знакомство с правилами внутреннего распорядка и иными локальными нормативными актами ТГУ.</p> <p>3. Инструктаж по технике безопасности и охране труда, соблюдению правил противопожарной безопасности, санитарно-эпидемиологических правил и гигиенических нормативов в ТГУ.</p>	
2. Подготовительный этап	Согласование индивидуального задания с руководителем практики.	12 (8)
3. Основной этап	<p>Написание аналитической, научной или обзорной статьи в рамках исследуемой области. Заполнение дневника практики.</p> <p>РО- УИК-3.2. РО-ИОПК-4.3. РО-ИПК-3.2. РО-ИПК-6.2.</p>	40 (16)
4. Завершающий этап	<p>Составление письменного отчета по итогам «Производственной практики: Научно-исследовательская работа» и подготовка материалов, необходимых для его защиты (презентация, методические разработки, результаты эмпирических и иных исследований и т.д.).</p> <p>РО-УИК-3.2. РО-ИОПК-4.3. РО-ИПК-3.2. РО-ИПК-6.2. РО-ИПК-5.2.</p>	30 (8)
5. Промежуточная аттестация	<p>Защита результатов практики. Зачет с оценкой.</p> <p>РО- УИК-3.2. РО-ИОПК-4.3 РО-ИОПК-6.3 РО-ИПК-3.2. РО-ИПК-6.2. РО-ИПК-4.2.</p>	18 (8)
	ИТОГО:	324 (24)

10. Формы отчетности по практике

По итогам прохождения практики обучающиеся в срок до завершения периода практики по календарному графику предоставляют руководителю практики от ТГУ:

- заполненный дневник практики;
- отчет о прохождении практики (по форме, с индивидуальным планом, календарным графиком и подписями);
- макет газеты;
- скрин антиплагиата (не менее 85% уникальности текста).

11. Организация промежуточной аттестации обучающихся

11.1 Порядок и форма проведения промежуточной аттестации

Промежуточная аттестация проводится в форме зачета путем публичной защиты обучающимися индивидуальных отчетов о прохождении практики на итоговом учебном занятии перед комиссией из не менее трех научно-педагогических работников, включая руководителя практики от ТГУ.

11.2 Процедура оценивания результатов обучения

Оценка сформированности результатов обучения осуществляется руководителем практики и комиссией на основе анализа предоставленных отчетных документов, выступления обучающегося и его ответов на вопросы.

11.3 Критерии оценивания результатов обучения

Результаты прохождения практики определяются оценками «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

Критерии оценки устной защиты итоговой работы/отчета:

Оценка «отлично» выставляется обучающемуся, усвоившему программный материал, исчерпывающе, грамотно и логически стройно его излагающему. При этом обучающийся не затрудняется с ответом на дополнительный вопрос, проявляет знакомство с монографической литературой, правильно обосновывает принятые решения, делает собственные выводы. Материал проанализирован полно и детально, представлены собственные аналитические выкладки, аргументы, рекомендации. Визуализация материала соотносится с основным содержанием и позитивно влияет на восприятие информации. В работе присутствуют собственные выводы, рекомендации и предложения. Отчет выполнен по форме и предоставлен в срок.

Оценка «хорошо» выставляется обучающемуся, твердо знающему программный материал, грамотно и по существу излагающего его, без существенных неточностей в ответе на вопрос, но не в полной мере способного аргументировать собственные выводы. Кейс проанализирован на достаточно хорошем уровне, но требует уточнения по некоторым пунктам; представлены собственные аналитические выкладки, аргументы, рекомендации, но изложенные недостаточно полно. Визуализация материала соотносится с основным содержанием. В статье частично присутствуют собственные выводы, рекомендации и предложения, но есть вопросы по некоторым пунктам аналитической работы. Отчет выполнен по форме, но с погрешностями и предоставлен в срок.

Оценка «удовлетворительно» выставляется обучающемуся, который имеет знания только основного материала, но не усвоил его детали, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушения последовательности в изложении материала и испытывает трудности в выполнении практических заданий. Материал проанализирован частично, очень кратко представлены собственные аналитические выкладки, аргументы, рекомендации. Визуализация материала не отличается достаточной креативностью. В работе лишь частично присутствуют собственные выводы, нет аргументированных рекомендаций и предложений. Отчет выполнен по форме, но с погрешностями и предоставлен с опозданием.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется обучающемуся, который не усвоил значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, не умеет аргументировать собственный ответ. Материал проанализирован очень поверхностно, нет аналитических выводов, собственных аргументов и рекомендаций. Отсутствует визуализация материала. В статье полностью отсутствуют собственные выводы, рекомендации и предложения. Отчет выполнен не по форме и/или не предоставлен в срок.

12. Учебно-методическое обеспечение

а) Электронный учебный курс по практике в электронном университете «Moodle» -

- б) Оценочные материалы текущего контроля и промежуточной аттестации по практике.
- в) Методические указания по подготовке отчета по практике.
- г) Методические указания по организации самостоятельной работы студентов.

13. Перечень рекомендованной литературы и ресурсов сети Интернет

- а) основная литература:
1. Электронно-библиотечная система Национального исследовательского Томского государственного университета [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.lib.tsu.ru/ru>
 2. Сайт НИ ТГУ. Учебное управление. Материалы по организации учебного процесса - Режим доступа: http://www.tsu.ru/education/upr/materialy_po_organizatsii_uchebnogo_protsessa.php
 3. Сайт НИ ТГУ. Учебное управление. ФГОС 42.04.01 Реклама и связи с общественностью (уровень магистратуры) - Режим доступа: <http://www.tsu.ru/upload/medialibrary/2de/42.04.01-reklama-i-svuyazi-s-obshchestvennostyu.pdf>
 4. Самостоятельная работа студентов: практическое пособие: [для студентов и их научных руководителей, преподавателей вузов] /Ю. Г. Волков, А. В. Лубский, А. В. Верещагина. – М., Кнорус, 2020. - 141 с. (есть в НБ)
 5. Сайт кафедры социальных коммуникаций. – Режим доступа: <http://ksk.tsu.ru/>
 6. Волков Ю. Г. Диссертация: подготовка, защита, оформление : практическое пособие : [для аспирантов, соискателей ученой степени, их научных руководителей] / Ю. Г. Волков. - 5-е изд., перераб. и доп. - Москва : Кнорус, 2016. - 207 с.: табл.- (Аспирантура. Докторантура.) . URL: <http://sun.tsu.ru/limit/2017/000533005/000533005.pdf>
 7. Социальные сети как инфраструктура межличностного общения цифрового поколения: трансформация фреймов коммуникации : [коллективная монография /А. П. Глухов, И. П. Кужелева-Саган, Т. А. Булатова и др.] ; науч. ред. И. П. Кужелева-Саган ; Нац. исслед. Том. гос. ун-т. Томск : Издательский Дом Томского государственного университета, 2017 г., 219 с. [Электронный ресурс]. URL: <http://vital.lib.tsu.ru/vital/access/manager/Repository/vtls:000632541>
- б) дополнительная литература:
1. Азарова С. П. Маркетинговые исследования: теория и практика : учебник для прикладного бакалавриата : Учебник / Под общ. ред. Жильцовой О.Н. - М : Издательство Юрайт, 2019. - 314- (Бакалавр. Академический курс) . URL: <http://www.biblio-online.ru/book/BDE8A6EE-718A-4D1C-8EE4-CBB9841C087B>
 2. Беляевский И.К. Маркетинговое исследование: информация, анализ, прогноз. - Москва ИНФРА-М [и др.] 2013. – 391 с.
 3. Бернейс Э. Кристаллизация общественного мнения.: Пер. с англ. – М.: ООО «И.Д. Вильямс», 2015. – 272с.
 4. Бернет Дж., Мориарти С. Маркетинговые коммуникации: интегрированный подход. – СПб: Питер, 2001. – 864 с.
 5. Блюм М.А. Маркетинг рекламы: учебное пособие/ М.А. Блюм, Б.И. Герасимов, Н.В. Молоткова. – М.: Форум, 2009. – 144 с.
 6. Голубкова Е. Н. Интегрированные маркетинговые коммуникации : учебник и практикум для академического бакалавриата : Учебник и практикум / Голубкова Е.Н. - М : Издательство Юрайт, 2018. - 363- (Бакалавр. Академический курс) . URL: <http://www.biblio-online.ru/book/97D5E319-C81E-4D96-9A25-3C35D77CC429>
 7. Девлетов О.У. История отечественной рекламы за 150 лет (1840-1990). - Учебное пособие для студентов вузов. – Директ-Медиа, 2016. – 348с. – Режим доступа:

https://www.directmedia.ru/book_429705_istoriya_otchestvennoy_reklamyi_za_150_let_1840_1990_/

8. Карпова С. В. Рекламное дело : учебник и практикум для СПО : Учебник и практикум / Карпова С. В. - М : Издательство Юрайт, 2019. - 431- (Профессиональное образование) . URL: <http://www.biblio-online.ru/book/674F5E17-6314-402A-BC22-A01DB6AA138B>
9. Коноваленко В. А. Основы интегрированных коммуникаций : учебник и практикум для академического бакалавриата : Учебник и практикум / Коноваленко В. А., Коноваленко М. Ю., Швед Н. Г. - М : Издательство Юрайт, 2019. - 486- (Бакалавр. Академический курс) . URL: <http://www.biblio-online.ru/book/AA53F614-18C1-47E8-8F31-A5A02AEBBC168>
10. Коноваленко В. А. Реклама и связи с общественностью: введение в специальность : учебник для бакалавров : Учебник для бакалавров / Коноваленко В. А., Коноваленко М. Ю., Швед Н. Г. - М : Издательство Юрайт, 2019. - 383- (Бакалавр. Академический курс) . URL: <http://www.biblio-online.ru/book/A9460928-9A33-4717-989A-48ED308DC7E5>
11. Лукьянчикова М.В. История, этика и психология рекламы и PR. – Учебник. «Издательские решения». Создан в интеллектуальной издательской системе Ridero, 2018. – 97с. – Режим доступа: <https://avidreaders.ru/read-book/istoriya-etika-i-psihologiya-reklamy-i.html>
12. Лукьянчикова М.В., Бердникова Э.Н. История рекламы и PR в США. – Учебник. «Издательские решения». Создан в интеллектуальной издательской системе Ridero, 2018. – 107 с. – Режим доступа: <https://www.litres.ru/m-v-lukyanchikova/istoriya-reklamy-i-pr-v-ssha/chitat-onlayn/>
13. Музыкант В. Л. Основы интегрированных коммуникаций: теория и современные практики в 2 ч. Часть 1. Стратегии, эффективный брендинг : учебник и практикум для академического бакалавриата : Учебник и практикум / Музыкант В. Л. - М : Издательство Юрайт, 2019. - 342- (Бакалавр. Академический курс) . URL: <http://www.biblio-online.ru/book/197A9DAF-4DF8-4C7B-9D08-00DAF55F013F>
14. Огилви Д. Огилви о рекламе. – Изд-во «Манн, Иванов и Фербер», 2015. – 240 с. – Режим доступа: <https://www.litres.ru/devid-ogilvi/ogilvi-o-reklame/chitat-onlayn/>
15. Тангейт М. Всемирная история рекламы.: Пер. с англ. – М.: Альпина-Паблишер, 2015. – 270с. – Режим доступа: <https://www.litres.ru/mark-tangeyt/vsemirnaya-istoriya-reklamy/chitat-onlayn/>
16. Трушина Л.Е. История отечественной и зарубежной рекламы: Учебник. – Изд-во «Дашков и К'», 2012. – 248с. – Режим доступа: <http://www.studmedlib.ru/ru/book/ISBN9785394010873.html>
17. Чумиков А.Н., Бочаров М.П. Связи с общественностью. Теория и практика. - Учебник для вузов. – М.: Издательский дом «Дело» РАНХиГС, 2014. – 608с. – Режим доступа: <http://www.hi-edu.ru/e-books/xbook443/01/topicsw.htm>

в) ресурсы сети Интернет:

– открытые онлайн-курсы

– Журнал «Эксперт» - <http://www.expert.ru>

– Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики РФ -

www.gsk.ru

– Официальный сайт Всемирного банка - www.worldbank.org

– библиотечные ресурсы

– Scopus - База данных научных рефератов и цитирования – [Электронный ресурс].

– Режим доступа: <http://www.elsevier.com/locate/scopus/>

14. Перечень информационных технологий

- а) лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение:
- Microsoft Office Standart 2013 Russian: пакет программ. Включает приложения: MS Office Word, MS Office Excel, MS Office PowerPoint, MS Office On-eNote, MS Office Publisher, MS Outlook, MS Office Web Apps (Word Excel MS PowerPoint Outlook);
 - публично доступные облачные технологии (Google Docs, Яндекс диск и т.п.).

б) информационные справочные ресурсы:

- Электронный каталог Научной библиотеки ТГУ – <http://chamo.lib.tsu.ru/search/query?locale=ru&theme=system>
- Электронная библиотека (репозиторий) ТГУ – <http://vital.lib.tsu.ru/vital/access/manager/Index>
- ЭБС Лань – <http://e.lanbook.com/>
- ЭБС Консультант студента – <http://www.studentlibrary.ru/>
- Образовательная платформа Юрайт – <https://urait.ru/>
- ЭБС ZNANIUM.com – <https://znanium.com/>
- ЭБС IPRbooks – <http://www.iprbookshop.ru/>

15. Материально-техническая база проведения практики

Аудитории для проведения занятий лекционного типа.

Аудитории для проведения занятий семинарского типа, индивидуальных и групповых консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации.

Помещения для самостоятельной работы, оснащенные компьютерной техникой и доступом к сети Интернет, в электронную информационно-образовательную среду и к информационным справочным системам.

16. Информация о разработчиках

Гладущенко Ю.В. ст. преподаватель кафедры социальных коммуникаций ФП ТГУ