

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 учебной практики

Профильные мастерские

по направлению подготовки

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль) подготовки / специализация:
«Работа с социальными медиа»

Форма обучения
Очная

Квалификация
Бакалавр

Год приема
2023

Код практики в учебном плане: Б.2.О.01.01(У)

СОГЛАСОВАНО:

Руководитель ОП

 И.П. Кужелева-Саган

Председатель УМК

 Э.А. Щеглова

Томск – 2023

1. Цель практики

Целью учебной практики – «Профильные мастерские» 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

УК-6. Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни

ОПК-2. Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах, и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах

ПК-1. Способен планировать, контролировать и оценивать эффективность управления коммуникационной инфраструктурой организации (включая написание аналитических справок, обзоров и прогнозов, а также подготовку проектной документации), обеспечения ее внутренней и внешней коммуникации, в том числе медийной активности

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

2. Задачи учебной практики «Профильные мастерские» способствовать:

- получению первичных профессиональных навыков, включая освоение технологий видеопродакшн, контент-менеджмента, комьюнити-менеджмента, SEO-копирайтинга, копирайтинга, event-менеджмента, маркетинговой аналитики и др. *(по выбору студента)*;

- приобретению навыков, направленных на социальное взаимодействие и реализацию свою роль в команде, с учетом тайм-менеджмента и выстраивания траектории собственного саморазвития;

- участию в осуществлении PR, рекламных и маркетинговых кампаний и мероприятий, учитывая тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах, и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах, а также демонстрируя навыки по внутренней и внешней коммуникации базисного субъекта, в том числе медийной активности, и навыки по работе с текстовыми и графическими редакторами, с агрегаторами новостей, электронными подписками и т.д.

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, 4; зачет, зачет с оценкой.

5. Входные требования для освоения практики

Для успешного освоения практики требуются результаты обучения по следующим

дисциплинам: Генезис рекламы и PR: анализ интерпретаций, История рекламы и связей с общественностью, История России, Организация и проведение рекламных кампаний, Основы интегрированных коммуникаций, Социология, Статистический анализ в гуманитарных исследованиях, Философия.

Практика организационно-методически и содержательно связана с Преддипломной практикой, Производственной практикой, Подготовкой к сдаче и сдачей 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 9 зачётных единицы, 324 часа, из которых:

– контактная работа: 130 ч.

в том числе практическая подготовка: 194 ч.

Объем самостоятельной работы студента определен учебным планом.

Практика проводится в форме практической подготовки.

Продолжительность практики составляет 42 недели.

8. Планируемые результаты практики

Результатами прохождения практики являются следующие индикаторы достижения компетенций:

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

ИУК-3.3. Понимает принципы групповой динамики и действует в соответствии с ними.

ИУК-6.1. Распределяет время и собственные ресурсы для выполнения поставленных задач.

ИОПК-2.3. Владеет навыками анализа, разработки и оценки документов, в том числе медиапланов, медиапродуктов и (или) коммуникационных продуктов

ИПК-1.1. Способен встраивать результаты социологических исследований во внутреннюю и внешнюю коммуникационную политику организации

ИПК-4.1. Осуществляет поиск необходимой информации и способен к созданию информационных материалов (уникального и рерайтового контента: текстового, аудио, визуального), а также к их редактированию

9. Содержание практики

Профильные мастерские организуются на базе кафедры социальных коммуникаций факультета психологии НИ ТГУ по различным профильным направлениям работы специалистов в области рекламы и связей с общественностью. Основной формой проведения данного вида практики является участие студентов (выполнение групповых и индивидуальных заданий) в работе выбранной профильной мастерской:

— по мастерской копирайтинга научных, рекламных и PR-текстов (на русском и\или английском языках) – освоение приемов и навыков написания рекламных и PR – текстов, научных статей, аналитических записок и обзоров;

— по мастерской студии новомедийных технологий (видеопродакшн) - ознакомление с техническими особенностями видео-производства, обучение использованию оборудования и программного обеспечения СНТ;

- по мастерской комьюнити-менеджмента – освоение приемов и навыков написания текстов для социальных сетей и сайтов;
- по event-мастерской – освоение навыков подготовки организации и информационной поддержки специальных мероприятий как инструмента маркетинговых коммуникаций (PR и рекламы) и т.д.

На период прохождения «Учебной практики: профильные мастерские» каждый студент прикрепляется к какой-либо профильной мастерской, возглавляемой руководителем из числа штатных преподавателей кафедры социальных коммуникаций ФП ТГУ, в обязанности которого, в том числе, входит своевременное решение всех вопросов, возникающих в процессе самостоятельной работы обучающегося. Под контролем руководителей студенты осваивают определенный набор приемов и навыков практической работы в сфере рекламы и связей с общественностью, в зависимости от профиля мастерской. При необходимости, в рамках «Учебной практики: профильные мастерские» студенты принимают участие в различных коммуникационных кампаниях и мероприятиях, организуемых с участием различных подразделений НИ ТГУ.

Содержание «Учебной практики: профильные мастерские»

№ п/п	Разделы (этапы) практики	Виды работы в рамках «Учебной практики: профильные мастерские», включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)	Формы текущего контроля
3 семестр			
1	Подготовительный этап	Знакомство с содержанием программы «Учебной практики: профильные мастерские». Согласование с руководителем мастерской: - задания для первого семестра прохождения практики; - календарного графика выполнения задания.	44 час.
			<p><u>По мастерской копирайтинга</u> научных, рекламных и PR-текстов (на русском и/или английском языках) – тема статьи (место публикации) или направление/название проекта (базисный субъект коммуникационного проекта; конкурс студенческих проектов, для которого готовится коммуникационный проект и т.п.);</p> <p><u>по мастерской студии новомедийных технологий</u> (видеопродакшн) - презентация креативной идеи для будущего видео-продукта; работа с консультантом студии над концепцией видео-продукта;</p> <p><u>по мастерской комьюнити-менеджмента</u> – презентация концепции сообщества в выбранной социальной сети с описанием идеи, целевой аудитории, цели, элементов брендинга и предполагаемой стилистики коммуникации;</p> <p><u>по event-мастерской</u> – презентация концепции планируемого специального мероприятия/ форматов необходимых информационных материалов/ PR-текстов/ анализ ресурсов и т.д.</p>

2	Основной этап	Выполнение всего комплекса работ для реализации утвержденного задания	100 часов	<p><u>По мастерской копирайтинга</u> научных, рекламных и PR-текстов (на русском и/или английском языках) – статья с указанием реквизитов и места публикации, сертификат\диплом участника конкурса студенческих проектов, текст аналитической записки и т.п.;</p> <p><u>по мастерской студии новомедийных технологий</u> (видеопродакшн) - написание сценария видео-продукта в выбранном жанре (рекламный ролик, имиджевый ролик, короткометражный фильм, видео-клип) с полной раскадровкой; план работы предпродакшн (планирование съемок, бюджета, организация съемок);</p> <p><u>по мастерской комьюнити-менеджмента</u> – брендируемое сообщество в социальной сети, содержащее все необходимые элементы, разработанный контент-план для сообщества, план курирования контента, набор постов разного формата для публикации в сообществе;</p> <p><u>по event-мастерской</u> – разработанный план подготовки и реализации специального мероприятия/результаты этапа исследования/информационные материалы/ PR-тексты/ программа/ сценарий/ презентации/ фотоотчет и т.д.</p> <p>Выполненное задание должно быть оформлено в виде отчета о прохождении «Учебной практики: профильные мастерские» (Приложение №1).</p>
ИТОГО			144 часов	Дифференцированный зачет
4 семестр				
1	Подготовительный этап	Согласование с руководителем мастерской: - задания для второго семестра прохождения практики; - календарного графика выполнения задания.	6 часов	<p><u>По мастерской копирайтинга</u> научных, рекламных и PR-текстов (на русском и/или английском языках) – тема статьи (место публикации) или направление\название проекта (базисный субъект коммуникационного проекта); конкурс студенческих проектов, для</p>

				<p>которого готовится коммуникационный проект и т.п.); <u>по мастерской студии новомедийных технологий</u> (видеопродакшн) - знакомство с работой в программе видеоредактирования материала; <u>по мастерской комьюнити-менеджмента</u> – описание основных инструментов комьюнити для работы с аудиторией созданного сообщества, план продвижения сообщества в социальной сети, описание показателей и инструментов оценки эффективности комьюнити-менеджмента; <u>по event-мастерской</u> – презентация концепции планируемого специального мероприятия/ форматов необходимых информационных материалов/ PR-текстов/ исследование и т.д.</p>
2	Основной этап	Выполнение всего комплекса работ для реализации утвержденного задания	174 часов	<p><u>По мастерской копирайтинга</u> научных, рекламных и PR-текстов (на русском и/или английском языках) – статья с указанием реквизитов и места публикации, документа об уровне оригинальности текста в формате pdf, сертификат\диплом участника конкурса студенческих проектов, текст аналитической записки и т.п.; <u>по мастерской студии новомедийных технологий</u> (видеопродакшн) - съемка и работа с материалом в программе-редакторе; <u>по мастерской комьюнити-менеджмента</u> – презентация отчета по реализованному проекту комьюнити-менеджмента с указанием цели и концепции сообщества, принципов контент-менеджмента в созданном сообществе и оценки эффективности сообщества; <u>по event-мастерской</u> – подготовка и реализация специального мероприятия/результаты этапа исследования/ информационные материалы/ PR-тексты/ программа/ сценарий/ презентации/ фотоотчет и т.д.</p> <p>Выполненное задание</p>

			должно быть оформлено в виде отчета о прохождении «Учебной практики: профильные мастерские» (Приложение №1).
ИТОГО		324 часов	Дифференцированный зачет
ВСЕГО		324 ЧАСА	

10. Формы отчетности по «Учебной практике: профильные мастерские»

По мастерской копирайтинга научных, рекламных и PR-текстов (на русском и\или английском языках) – отчет о прохождении практики за каждый семестр с обязательным наличием написанной студентом статьи, разработанным коммуникационным проектом, сертификатом участника научно-практической конференции, профильной олимпиады и т.д.

По мастерской студии новомедийных технологий (видеопродакшн) - отчет о прохождении практики за каждый семестр, с приложенными сценарием, раскадровкой и приложением с видео-продуктом в электронном формате (либо частью этой работы).

По мастерской комьюнити-менеджмента – отчет о прохождении практики за каждый семестр о разработанном\реализованном проекте комьюнити-менеджмента с указанием цели и концепции сообщества, принципов контент-менеджмента в созданном сообществе и оценки эффективности сообщества;

По event-мастерской – отчет о прохождении практики за каждый семестр с описанием выполненного студентом объема работ, с приложением текстов, изображений и любых иных материалов, подтверждающих участие студента в подготовке и\или реализации специального мероприятия (коммуникационного проекта) и т.д.

11. Организация промежуточной аттестации обучающихся

11.1 Порядок и форма проведения промежуточной аттестации

Промежуточная аттестация проводится в форме зачета с оценкой 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 аналитические 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.
 2. Электронно-библиотечная система Национального исследовательского Томского государственного университета [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.lib.tsu.ru/ru>
 3. Сайт НИ ТГУ. Учебное управление. Материалы по организации учебного процесса - Режим доступа: http://www.tsu.ru/education/upr/materialy_po_organizatsii_uchebnogo_protsessa.php
 4. 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>
 5. 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)
 6. Сайт кафедры социальных коммуникаций. – Режим доступа: <http://ksk.tsu.ru/>
 7. 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>

8. 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 лет_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-A5A02AEBC168>
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.elsevierscience.ru/products/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

Окушова Г.А., к. филос. наук, доцент, кафедра социальных коммуникаций факультета психологии НИ ТГУ;

Карнаухова Н.А., старший преподаватель кафедры социальных коммуникаций факультета психологии НИ ТГУ;

Спичева Д.И., к. филос. наук, доцент, кафедры социальных коммуникаций факультета психологии НИ ТГУ;

Шамсудинова С.С., к. филос. наук, старший преподаватель кафедры социальных коммуникаций факультета психологии НИ ТГУ

Гужова И.В., к. филос. наук, доцент, кафедры социальных коммуникаций факультета психологии НИ ТГУ;

Винокурова Е.Н., старший преподаватель кафедры социальных коммуникаций факультета психологии НИ ТГУ;

Гладущенко Ю.В., старший преподаватель кафедры социальных коммуникаций факультета психологии НИ ТГУ.

Рецензент: Кужелева-Саган И.П., доктор философских наук, профессор, зав. кафедрой социальных коммуникаций НИ ТГУ

ПРИЛОЖЕНИЕ 1

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ
ФЕДЕРАЦИИ

НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ТОМСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ (НИ ТГУ)

Факультет психологии
Кафедра социальных коммуникаций

ИНДИВИДУАЛЬНОЕ ЗАДАНИЕ

на Учебную практику:

**практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том
числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности
(профильные мастерские); 1 семестр 2022-2023 уч.г.**

для **Гвоздевой Анастасии Михайловны**

(*ФИО студента полностью*)

учебная группа **№ 202107**

Срок прохождения практики с «01» сентября 2022 г. по «12» января 2023 г.

№	Содержание работ КАК ПРИМЕР!
1	Ознакомиться с содержанием программы «Учебной практики: практики по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности (профильные мастерские)»
2	Ознакомиться с работами студентов предыдущих 2 курсов
3	Проанализировать базисные субъекты (такие-то)

4	Подготовить конкурентный анализ базисного субъекта ...
5	Разработать портрет потребителя для каждого из базисных субъектов
9	Составить отчет по итогам прохождения практики ОБЯЗАТЕЛЬНЫЙ пункт
10.	Устно защитить результаты практики ОБЯЗАТЕЛЬНЫЙ пункт

ФИО руководителя практики:

Подпись: _____

Дата: _____

Задание принято к исполнению: _____ «02» сентября 2022 г.

(подпись студента)

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ
ФЕДЕРАЦИИ
НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ТОМСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ (НИ ТГУ)
Факультет психологии
Кафедра социальных коммуникаций

КАЛЕНДАРНЫЙ ПЛАН

прохождения Учебной практики:

практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности (профильные мастерские); 1 семестр 2022-2023 уч.г.

для **Гвоздевой Анастасии Михайловны**

(ФИО студента полностью)

учебная группа № 202107

Срок прохождения практики с «01» сентября 2022 г. по «12» января 2023 г.

№	Вид выполняемой работы (КОПИРУЕМ из	Дата
---	--	------

п/п	Содержания работ, см. выше)	
1	Ознакомиться с содержанием программы «Учебной практики: практики по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности (профильные мастерские)»	01.09.2022 05.09.2022
2	Ознакомиться с работами студентов предыдущих 2 курсов	
3		
4		
5		
6		
7		
8		
9	Составить отчет по итогам прохождения практики.	28.12.2022 11.01.2023
10	Устно защитить результаты практики.	12.01.2022

Дата 01.09.2022

Подпись студента _____

Подпись руководителя практики от НИ ТГУ _____

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ
ФЕДЕРАЦИИ
НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ТОМСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ (НИ ТГУ)
Факультет психологии
Кафедра социальных коммуникаций

ДНЕВНИК
учебной практики:
практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том
числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности
(профильные мастерские); 1 семестр 2022-2023 уч.г.

Студент **ФИО**

Курс 2

Направление подготовки Реклама и связи с общественностью

Наименование ООП/ОПОП Работа с социальными медиа

Вид практики Учебная

Тип практики Профильные мастерские

Способ проведения практики Стационарная

Место практики: кафедра социальных коммуникаций

Срок прохождения практики с «01» сентября 2022 г. по «12» января 2023 г.

I. ЗАПИСИ О РАБОТЕ, ВЫПОЛНЕННОЙ НА ПРАКТИКЕ

Месяц и число	Краткое содержание выполненных работ	Подпись Руководителя практики
01.09.2022 – 05.09.2022	ВСТАВЛЯЕМ из КАЛЕНДАРНОГО плана (см. выше). Даты должны совпадать	
28.12.2022 - 11.01.2023	Составлен отчет по итогам прохождения практики.	
12.01.2022	Устно защищены результаты практики.	

II. ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ СЛУШАТЕЛЯ ВО ВРЕМЯ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ ПРАКТИКА ПО ПОЛУЧЕНИЮ ПЕРВИЧНЫХ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ УМЕНИЙ И НАВЫКОВ, В ТОМ ЧИСЛЕ ПЕРВИЧНЫХ УМЕНИЙ И НАВЫКОВ НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ (ПРОФИЛЬНЫЕ МАСТЕРСКИЕ) ОТ РУКОВОДИТЕЛЯ ПРАКТИКИ

Все работы и виды деятельности в рамках «Учебной практики: практики по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности (профильные мастерские)» были реализованы в **полной** мере, обозначенные в рабочей программе компетенции и индикаторы компетенций нашли свою реализацию в выполненных учебных заданиях.

Руководитель учебной практики:

12.01.2023г.

ПРИЛОЖЕНИЯ