

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ТОМСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

Факультет психологии



УТВЕРЖДАЮ

Декан факультета психологии

Д.Ю. Баланёв

«03» « сентября » 2021 г.

Рабочая программа практики

Производственная практика

(вид практики)

Научно-исследовательская работа

(тип практики)

Закреплена за кафедрой Учебный план	Социальных коммуникаций 42.04.01. Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль) подготовки «Цифровой бренд-менеджмент»
Форма обучения	<i>очная</i>
Общая трудоёмкость	<i>12 зачетных единиц</i>
Продолжительность	<i>7 2/3 в неделях</i>
Часов по учебному плану, <i>в том числе:</i>	<i>432 ч.</i>
<i>контактная работа</i>	<i>8 ч.</i>
<i>самостоятельная работа</i>	<i>424 ч.</i>
Способы проведения практики	<i>стационарная</i>
Форма(ы) проведения практики	<i>непрерывная</i>
Вид(ы) контроля	
<i>зачет/зачет с оценкой</i>	<i>2 и 3 семестры</i>

Томск-2021

Программу составила

Окушова Г.А., канд. филос. наук, доцент кафедры социальных коммуникаций ТГУ

Рецензент: Спичева Д.И, канд. филос. наук, доцент кафедры социальных коммуникаций ТГУ

Рабочая программа практики «Производственная практика: научно-исследовательская работа» разработана в соответствии с ФГОС ВО / СУОС НИ ТГУ:

Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования – магистратура по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденный приказом Министерства образования и науки РФ от 08.06.2017г. № 528;

Образовательный стандарт ТГУ по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденный решением ученого совета НИ ТГУ 30.06.2021, протокол № 6 и введенным в действие приказом ректора НИ ТГУ № 646/ОД от 05.07.2021.

Рабочая программа одобрена на заседании УМК ФП НИ ТГУ

Протокол №1 от 03.09.2021 г.

1. Цель и задачи практики

Целью прохождения практики «Производственная практика: научно-исследовательская работа» (Б2.О.08.01(Н)) является формирование у магистрантов теоретико-методологической и практической готовности к научно-исследовательской работе, предметом которой выступают рекламные и PR-коммуникации в рамках академического и профессионального взаимодействия.

Задачи практики:

- развитие у магистрантов способности обоснованно применять в научно-исследовательской работе современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном языке, и оценивать их эффективность для академического и профессионального взаимодействия;
- формирование у обучающихся умений проведения социокультурного анализа с опорой на многообразие достижений отечественной и мировой культуры, постановки коммуникационных целей, задач, определения основных тезисов коммуникационной кампании, адекватных тому или иному социокультурному контексту;
- развития опыта использования изученных теорий и приемов рекламы, связей с общественностью, менеджмента, бизнес-процессов, маркетинга, брендинга для определения релевантных способов создания медиатекстов, медиа и коммуникационных продуктов для управления брендом, в т.ч. на иностранном языке;
- развитие у магистрантов способности к самостоятельным теоретическим и практическим суждениям и выводам, умений объективной оценки научной информации, свободы научного поиска в процессе разработки коммуникационной стратегии различных базисных субъектов: профессиональных сообществ, экспертов, аналитиков, конкурентов, партнеров, СМИ и других стейкхолдеров, представляющих инфраструктуру рынка;
- развитие умений анализировать коммуникационную среду, прогнозировать общественное мнение для реализации эффективной стратегии коммуникации бренда (в т.ч. в целях контроля качества коммуникационной деятельности);
- развитие мотивации к профессиональному становлению как исследователя, ориентированного на новое знание в широком междисциплинарном и узком, предметном контексте, например, знание о разработке концепции сетевого коммуникационного ресурса: сайта, аккаунта в соцсетях, электронной рассылки.

2. Место практики в структуре ОПОП

«Производственная практика: научно-исследовательская работа» (Б2.О.08.01(Н)) относится к производственной практике обязательного блока практик учебного плана образовательной программы.

Логическая и содержательная связь дисциплин, участвующих в формировании представленных в программе практики компетенций, содержится в представленной ниже таблице

Компетенция (индикатор компетенции)	Пререквизиты	Постреквизиты
УК-4 ИУК 4.1, ИУК 4.2, ИУК 4.3	Профессиональная коммуникация на иностранном языке * Professional communication in a foreign language Рекламные и PR-тексты как	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы

	<p>инструменты брендменеджмента Деловые коммуникации в PR и рекламе * Business communications in PR and advertising Коммуникационный менеджмент Основы эффективного делового общения</p>	
<p>ОПК-3 ИОПК 3.1, ИОПК 3.2, ИОПК 3.3</p>	<p>Антропология и семиотика цифровых коммуникаций. Деловые коммуникации в PR и рекламе * Business communications in PR and advertising. Основы межкультурной деловой коммуникации on-line и off-line * Intercultural business communication Бренд города: лучшие мировые практики. Управление каналами продаж.</p>	<p>Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы</p>
<p>ПК-2 ИПК 2.1, ИПК 2.2, ИПК 2.3</p>	<p>Интегрированные маркетинговые коммуникации в бренд-менеджменте Деловые коммуникации в PR и рекламе * Business communications in PR and advertising Имидж и бренд: инструменты управления цифровым репутационным капиталом Цифровой маркетинг и социальные сети</p>	<p>Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы</p>

3. Перечень планируемых результатов обучения при прохождении практики, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Таблица 1.

Компетенция	Индикатор компетенции	Код и наименование результатов обучения (планируемые результаты обучения по практике, характеризующие этапы формирования компетенций)
<p>УК-4 Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном языке, для академического и профессионального взаимодействия</p>	<p>ИУК 4.1 Обосновывает выбор актуальных коммуникативных технологий для обеспечения академического и профессионального взаимодействия.</p> <p>ИУК 4.2 Применяет современные средства коммуникации в процессе академического и профессионального взаимодействия, в том числе на иностранном языке.</p> <p>ИУК 4.3 Оценивает эффективность применения</p>	<p>ОР – УК 4.1.1 Обучающийся сможет обосновать выбор актуальных коммуникативных технологий для обеспечения академического и профессионального взаимодействия.</p> <p>ОР – УК 4.2.1 Обучающийся сможет применять современные средства коммуникации в процессе академического и профессионального взаимодействия, в том числе на иностранном языке</p>

	современных коммуникативных технологий в академическом и профессиональном взаимодействиях.	ОР – УК 4.3.1 Обучающийся сможет оценивать эффективность применения современных коммуникативных технологий в академическом и профессиональном Взаимодействиях.
ОПК-3 Способен анализировать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	ИОПК 3.1 Применяет социокультурный анализ, определяет коммуникационные цели, задачи, основные тезисы коммуникационной кампании, адекватные тому или иному социокультурному контексту. ИОПК 3.2 Определяет релевантные способы создания медиатекстов, медиа и коммуникационных продуктов для управления брендом, в т.ч. на иностранном языке ИОПК 3.3 Интегрирует коммуникационную стратегию в существующий социокультурный контекст сообщества, организации, территории и т.д.	ОР - ОПК 3.1.1 Обучающийся сможет применять социокультурный анализ, определять коммуникационные цели, задачи, основные тезисы коммуникационной кампании, адекватные тому или иному социокультурному контексту. ОР - ОПК 3.2.1 Обучающийся сможет определять релевантные способы создания медиатекстов, медиа и коммуникационных продуктов для управления брендом, в т.ч. на иностранном языке ОР - ОПК 3.3.1 Обучающийся сможет интегрировать коммуникационную стратегию в существующий социокультурный контекст сообщества, организации, территории и т.д.
ПК-2 Способен к разработке коммуникационной стратегии	ИПК 2.1 Умеет анализировать коммуникационную среду, прогнозировать общественное мнение для реализации эффективной стратегии коммуникации бренда (в т.ч. в целях контроля качества коммуникационной деятельности). ИПК 2.2 Способен к разработке концепции сетевого коммуникационного ресурса: сайта, аккаунта в соцсетях, электронной рассылки (в т.ч. в формате учебно-методического обеспечения реализации учебных курсов). ИПК 2.3 Умеет выстраивать стратегию коммуникации с профессиональными сообществами, экспертами, аналитиками, конкурентами, партнерами, СМИ и другими стейкхолдерами, представляющими инфраструктуру рынка (в т.ч. в целях преподавания, организации научно-исследовательской, проектной, учебно-профессиональной деятельности).	ОР - ПК 2.1.1 Обучающийся сможет анализировать коммуникационную среду, прогнозировать общественное мнение для реализации эффективной стратегии коммуникации бренда (в т.ч. в целях контроля качества коммуникационной деятельности). ОР - ПК 2.2.1 Обучающийся сможет разработать концепции сетевого коммуникационного ресурса: сайта, аккаунта в соцсетях, электронной рассылки (в т.ч. в формате учебно-методического обеспечения реализации учебных курсов). ОР - ПК 2.3.1 Обучающийся сможет выстраивать стратегию коммуникации с профессиональными сообществами, экспертами, аналитиками, конкурентами, партнерами, СМИ и другими стейкхолдерами, представляющими инфраструктуру рынка (в т.ч. в целях преподавания, организации научно-исследовательской, проектной, учебно-профессиональной деятельности).

4. Содержание практики

№ п/п	Разделы (этапы) практики, содержание	Количество часов			Формы текущего контроля
		Контактная работа	СРС	Всего	
2 семестр					
1	<p>Подготовительный этап:</p> <p>1) знакомство с содержанием программы производственной практики: научно-исследовательская работа;</p> <p>2) согласование с научным руководителем индивидуального задания (форма в Дневнике практики) на период научно-исследовательской работы в соответствии с темой ВКР: обоснованный выбор типа ВКР и экспликация предмета исследования - рекламные и PR-коммуникации в рамках академического и профессионального взаимодействия.</p>	2	18	20	<p>Проверка научным руководителем и руководителем НИР выполнения индивидуального задания (форма в Дневнике практики) в соответствии с темой ВКР. Фиксация в Дневнике практики проделанной работы на данном этапе практики.</p>
2	<p>Основной этап: реализация работ, намеченных в рабочем графике, по написанию введения ВКР академического либо прикладного проектного типа.</p> <p>1) анализ и систематизация информации по предмету исследования – рекламной и PR-коммуникации в рамках академического и профессионального взаимодействия для коммуникационной стратегии различных базисных субъектов: профессиональных сообществ, экспертов, аналитиков, конкурентов, партнеров, СМИ и других стейкхолдеров, представляющих инфраструктуру рынка;</p> <p>2) определение степени теоретической и прикладной разработанности темы ВКР;</p> <p>3) формулирование проблемы исследования, объекта и предмета, гипотезы;</p> <p>4) постановка цели и задач исследования; выделение теоретического и эмпирического уровней;</p> <p>5) определение научных подходов (системного, междисциплинарного и др.) и методологических уровней исследования;</p>		68	68	<p>Проверка научным руководителем и руководителем НИР методологических элементов проекта введения ВКР. Фиксация в рабочем графике (форма в Дневнике практики) проделанной работы на данном этапе практики.</p>

	б) отбор теоретических, практических и проектных методов исследования. в процессе разработки предмета исследования – рекламной и PR-коммуникации в рамках академического и профессионального взаимодействия для коммуникационной стратегии различных базисных субъектов: профессиональных сообществ, экспертов, аналитиков, конкурентов, партнеров, СМИ и других стейкхолдеров, представляющих инфраструктуру рынка.				
3	Завершающий этап: 1) окончательное оформление магистрантом проекта введения ВКР в зависимости от её типа: академического либо прикладного проектного. 2) подготовка отчета по практике - рефлексия проделанной работы и обсуждение результатов с руководителем практики; - подготовка отчетных документов по практике: Дневника практики и отчёта по практике; - предоставление руководителю практики Дневника практики и отчёта по практике	2	18	20	Проверка научным руководителем и руководителем НИР отчетных документов по практике: Дневника практики и отчёта по практике с приложением введения ВКР.
	Зачет				
3 семестр					
1	Подготовительный этап: 1) знакомство с содержанием программы производственной практики: научно-исследовательская работа; 2) согласование с научным руководителем индивидуального задания (форма в Дневнике практики) на период научно-исследовательской работы в соответствии с темой ВКР: написание теоретической части ВКР согласно предмету исследования - рекламные и PR-коммуникации в рамках академического и профессионального взаимодействия.	2	18	20	Проверка научным руководителем и руководителем НИР выполнения индивидуального задания (форма в Дневнике практики) в соответствии с темой ВКР. Фиксация в Дневнике практики проделанной работы на данном этапе практики.
2	Основной этап: реализация работ, намеченных в рабочем графике, по написанию теоретической части ВКР академического либо прикладного проектного типа. 1) разработка структуры теоретической		284	284	Проверка научным руководителем и руководителем НИР теоретической части ВКР. Фиксация в

	<p>части ВКР;</p> <p>2) описание предмета исследования – рекламной и PR-коммуникации в рамках академического и профессионального взаимодействия для коммуникационной стратегии различных базисных субъектов: профессиональных сообществ, экспертов, аналитиков, конкурентов, партнеров, СМИ и других стейкхолдеров, представляющих инфраструктуру рынка.</p>				<p>рабочем графике (форма в Дневнике практики)</p> <p>проделанной работы на данном этапе практики.</p>
3	<p>Завершающий этап:</p> <p>1) окончательное оформление магистрантом текста теоретической части ВКР в зависимости от её типа: академического либо прикладного проектного.</p> <p>2) подготовка отчета по практике</p> <ul style="list-style-type: none"> - рефлексия проделанной работы и обсуждение результатов с руководителем практики; - подготовка отчетных документов по практике: Дневника практики и отчёта по практике; - предоставление руководителю практики Дневника практики и отчёта по практике 	2	18	20	<p>Проверка научным руководителем и руководителем НИР отчетных документов по практике: Дневника практики и отчёта по практике с приложением текста теоретической части ВКР.</p>
	Зачёт с оценкой				

5. Форма отчетности по практике

2 семестр:

- Договор о практической подготовке и приложения к нему (при необходимости).
- Направление на практику (при необходимости)
- Дневник практики, в том числе индивидуальное задание, график выполнения и др.
- Отчёт по практике с приложением текста введения ВКР, оформленного в соответствии с требованиями по оформлению ВКР (см. Приложение Е программы государственной итоговой аттестации).

3 семестр:

- Договор о практической подготовке и приложения к нему (при необходимости).
- Направление на практику (при необходимости)
- Дневник практики, в том числе индивидуальное задание, график выполнения и др.
- Отчёт по практике с приложением текста теоретической части ВКР, оформленной в соответствии с требованиями по оформлению ВКР (см. Приложение Е программы государственной итоговой аттестации).

6. Методические указания обучающимся по прохождению практики

В установленные учебным планом сроки «Производственной практики: научно-исследовательская работа» у магистрантов нет учебных занятий, они обязаны выполнять

запланированные руководителем практики (назначенный ответственным за практику преподаватель кафедры социальных коммуникаций) мероприятия, а также мероприятия, утвержденные в рабочих графиках согласно индивидуальному заданию.

Документы, которые необходимо подготовить магистрантам до начала или в первые дни практики и сдать руководителю практики от НИ ТГУ в первые дни практики:

1. Направление на практику, если таковое требуется в организацию (если магистрант пишет диссертацию по теме или на примере конкретной организации и / или проходит там производственную практику).

2. Договор с организацией с подписями и синими печатями организации и НИ ТГУ (если магистрант пишет диссертацию по теме или на примере конкретной организации и / или проходит там производственную практику).

3. Назначение руководителя практики от организации (если магистрант пишет диссертацию по теме или на примере конкретной организации и / или проходит там производственную практику).

4. Назначение руководителя практики от НИ ТГУ (приказ / распоряжение о практике, готовит менеджер магистерской программы).

5. Индивидуальное задание магистранта (форма представлена в Дневнике практики), заверенное научным руководителем (всем), руководителем практики (всем) и руководителем практики от организации (если магистрант пишет диссертацию по теме или на примере конкретной организации и / или проходит там производственную практику).

6. Рабочий график (план) проведения практики (форма представлена в Дневнике практики), заверенный руководителем от НИ ТГУ (всем) и руководителями практики от организации (если магистрант пишет диссертацию по теме или на примере конкретной организации и / или проходит там производственную практику).

Документы, которые необходимо подготовить магистрантам по окончании практики и сдать руководителю практики от НИ ТГУ во время процедуры персонального очного отчета магистранта по практике:

7. Дневник практики, заверенный научным руководителем и руководителем практики от организации (если магистрант пишет диссертацию по теме или на примере конкретной организации и / или проходит там производственную практику).

8 А. В семестре 2: отчет по практике с приложением текста введения ВКР, оформленного в соответствии с требованиями по оформлению выпускной квалификационной работы магистра (см. Приложение Е программы государственной итоговой аттестации);

8 Б. В семестре 3: отчет по практике с приложением текста теоретической части ВКР, оформленного в соответствии с требованиями по оформлению выпускной квалификационной работы магистра (см. Приложение Е программы государственной итоговой аттестации);

Производственная практика: научно-исследовательская работа считается пройденной успешно в случае, если: студент явился на практику, обратился к научному руководителю и руководителю практики от КСК, а далее реализовал намеченные виды работ в установленные сроки; вовремя заполнил, предоставил, правильно оформил и представил отчетные документы; получил положительный отзыв о сформированности обозначенных программой практики компетенций. Процедура промежуточной аттестации

по практике осуществляется посредством анализа документов практики руководителем практики от НИ ТГУ.

7. Перечень учебной литературы и ресурсов сети «Интернет», необходимых для проведения практики

а) основная литература:

1. Кузьмина О. Г. Бренд-менеджмент: учебное пособие. – М.: Издательский Центр РИОР, 2022. - 176 с. URL: <https://znanium.com/catalog/document?id=392058>.

2. Чумиков А. Н. Управление коммуникациями: учебник: [для студентов бакалавриата и магистратуры, обучающихся по направлениям подготовки "Реклама и связи с общественностью", "Журналистика и медиакоммуникации"] / А. Н. Чумиков, М. П. Бочаров. - Москва : Дашков и К°, 2022. - 543 с.: ил., табл. URL: <https://www.lib.tsu.ru/limit/2023/000900683/000900683.pdf>

3. Чумиков А. Н. Государственный PR: связи с общественностью для государственных организаций и проектов: Учебник / Институт социологии Российской академии наук. - 3, перераб. и доп.. - Москва : ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2022. - 343 с.. URL: <https://znanium.com/catalog/document?id=414314>

4. Шкляр М. Ф. Основы научных исследований: учебное пособие / М. Ф. Шкляр. - 6-е изд. - Москва: Дашков и К°, 2018. - 206, [1] с.

б) дополнительная литература:

1. Кузнецов И. Н. Основы научных исследований: учебное пособие: [для студентов бакалавриата и магистратуры, аспирантов, соискателей]. – М.: Дашков и К°, 2014. - 282 с.

2. Кужелева-Саган И.П. Научное знание о связях с общественностью (PR): Философский анализ. – М.: Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2011. – 464с.

3. Кузьменко Г. Н., Отюцкий Г. П. Философия и методология науки: учебник для магистратуры: [для студентов вузов, обучающихся по гуманитарным направлениям и специальностям]. – М.: Юрайт, 2016. – 450 с.

4. NBIC - технологии: инновационная цивилизация XXI века /А. К. Казанцев, В. Н. Киселев, Д. А. Рубвальтер, О. В. Руденский; под ред. А. К. Казанцева, Д. А. Рубвальтера. – М.: ИНФРА-М., 2015. – 383 с.

5. Чумиков А. Н. Реклама и связи с общественностью: профессиональные компетенции : учебное пособие : [для студентов, аспирантов, преподавателей, прикладных специалистов в области рекламы и связей с общественностью] / А. Н. Чумиков, М. П. Бочаров, С. А. Самойленко ; Рос. акад. нар. хоз-ва и гос. службы при Президенте Рос. Фед.. - Москва : Издательский дом "Дело", 2016. - 518, [1] с.

в) программное обеспечение и интернет-ресурсы:

1. База данных Ассоциации директоров по коммуникациям и корпоративным медиа России – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.corpmedia.ru/>

2. База данных Ассоциации коммуникационных агентств России (АКАР) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.akarussia.ru/node/5025>

3. База данных Интернет-сообщества профессиональных менеджеров [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.e-xecutive.ru>

4. База данных национальной платформы открытого образования [Электронный ресурс]. URL: <https://openedu.ru/course/>

5. База данных Российской Ассоциации маркетинговых услуг (РАМУ) - [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.ramu.ru/ramu-program.php>

6. Информационно-справочные материалы компании «Михайлов и партнеры. Стратегические коммуникации». – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.mikh-partn.ru>

7. Информационно-справочные материалы Международного пресс-клуба. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.pr-club.com/>
8. Информационно-справочные материалы рекламной группы «Мелехов & Филюрин». – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.m-f.ru>
9. Информационно-справочные материалы российского специализированного журнала «Пресс-служба» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.press-service.ru/terms/141/>
10. Информационно-справочные материалы компании «Gallery. Реклама в формате города». – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.gallerymedia.com/out-of-home>
11. Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU [Электронный ресурс]. – Электрон. дан. – М., 2000. – URL: <http://elibrary.ru>
12. Научная электронная библиотека «Киберленинка» [Электронный ресурс]. – Электрон. дан. – М., 1998 - . – URL: <http://cyberleninka.ru>
13. Справочно-информационный портал ГРАМОТА.РУ - [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://gramota.ru/>
14. Электронно-библиотечная система Московского государственного университета им. М. В. Ломоносова [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <http://www.lib.msu.ru>
15. Электронно-библиотечная система национального исследовательского Томского государственного университета [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.lib.tsu.ru/ru>
16. Scopus - База данных научных рефератов и цитирования – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.elsevierscience.ru/products/scopus/>

8. Перечень информационных технологий, используемых при проведении практики, включая перечень программного обеспечения и информационно-справочных систем (при необходимости)

1. Microsoft Windows 10
2. Windows Professional 7 Academic Open
3. Microsoft Office Professional Plus 2013
4. 7zip File Manager
5. Visual Studio Code
6. Google Chrome
7. Mozilla Firefox
8. GIMP
9. Blender
10. Moodle

9. Описание материально-технической базы, необходимой для проведения практики

Во время прохождения практики магистрантами используется компьютерный класс общего пользования с подключением к Интернет, оснащенный 15 компьютерами (для работы одной академической группы одновременно), с подключенным к ним периферийным устройствам и оборудованием.

Кроме того, возможно использование производственных площадей, оборудования и материалов организации – места прохождения производственной практики.