

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

Практика в профессиональной сфере

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.В.01.01(П)

СОГЛАСОВАНО:

Руководитель ОП


И.П. Кужелева-Саган

Председатель УМК


Э.А. Щеглова

Томск – 2023

1. Цель практики

Целью «Практики в профессиональной сфере» является состоит в закреплении, расширении и систематизации знаний, полученных при освоении специальных дисциплин, на основе изучения деятельности отдела по связям с общественностью в конкретной организации (общественной, производственной, коммерческой структуре, средстве массовой информации); приобретение практического опыта работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве.

ОПК-1. Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты, и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем;

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

ОПК-6. Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования

ОПК-7. Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности;

ПК-2. Владеет коммуникативными, маркетинговыми технологиями, интегрированными маркетинговыми технологиями, технологиями бренд-менеджмента и event-менеджмента;

ПК-4. Способен 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 планирования и организации рекламных кампаний и кампаний по связям с общественностью;
- сформировать навыки разработки и реализации коммуникационного проекта, а также модели оценки его эффективности, исходя из целей и задач базисного субъекта рекламной или PR-деятельности, исследуемой в рамках ВКР;
- ознакомить с актуальными концепциями и теориями социально-философского знания, изучающими социальные коммуникации сетевого общества;
- сформировать новое знание, касающееся изучения частных аспектов сферы социальных коммуникаций сетевого общества;
- научить применять аналитические навыки и умения студентов для систематизации информации о коммуникационной инфраструктуре базисного субъекта;

- научить выявлять и формулировать актуальные коммуникационные проблемы 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;
- научить составлять аналитические справки, отчеты и прогнозы для базисного субъекта рекламной и PR-деятельности, включая работу с источниками на иностранном языке;
- научить разрабатывать механизмы контроля, оценки эффективности и корректировки стратегий, планов, кампаний и отдельных мероприятий базисного субъекта в области рекламы и связей с общественностью.

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 8, 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, Интегрированные маркетинговые коммуникации в Интернет, История рекламы и связей с общественностью, История России, Научный PR, Организация и проведение рекламных кампаний, Организация работы отделов по связям с общественностью и рекламы, Основы брендинга, Основы интегрированных коммуникаций, Основы маркетинга, Социология, Статистический анализ в гуманитарных исследованиях, Теория и практика массовой информации, Технологии разработки рекламного продукта в digital-среде, Философия.

Практика организационно-методически и содержательно связана с практикой НИР, Преддипломной 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: выездная/стационарная

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

7. Объем и продолжительность практики

Объем практики составляет 6 зачётных единицы, 216 часов, из которых:

– контактная работа: 24 ч.

Объем самостоятельной работы студента определен учебным планом.

Практика проводится в форме практической подготовки.

Продолжительность практики составляет 4 недели.

8. Планируемые результаты практики

Результатами прохождения практики являются следующие индикаторы достижения компетенций:

9. Содержание практики

Этапы практики	Виды работ, связанные с будущей профессиональной деятельностью	Часы всего (в т.ч. контактные)
1. Организационный	<p>1. Проведение собрания по организации практики:</p> <ul style="list-style-type: none"> – знакомство с целями, задачами, требованиями к практике и формами отчетности по практике (программой практики); – знакомство с графиком проведения практики; – подготовка дневников практиканта. <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>	4 (2)
2. Подготовительный этап	Согласование плана с руководителем практики. РО-ИОПК-1.3	6 (2)
3. Основной этап	<p>Написание текста ВКР.</p> <p>РО-ИОПК-1.3 РО-ИОПК- 4.3. РО-ИОПК-6.2. РО-ИОПК-7.3. РО-ИПК-2.3. РО-ИПК-4.3. РО-ИПК-5.1. РО-ИПК-6.1.</p>	174 (4)
4. Завершающий этап	<p>Составление дневника и презентации по итогам «Производственной практики: Преддипломная практика» (презентация, дневник).</p> <p>РО-ИОПК-1.3 РО-ИОПК- 4.3. РО-ИОПК-6.2. РО-ИОПК-7.3. РО-ИПК-2.3. РО-ИПК-4.3. РО-ИПК-5.1. РО-ИПК-6.1.</p>	26 (4)
5. Промежуточная аттестация	<p>Защита результатов практики. Зачет с оценкой.</p> <p>РО-ИОПК-1.3 РО-ИОПК- 4.3. РО-ИОПК-6.2. РО-ИОПК-7.3. РО-ИПК-2.3. РО-ИПК-4.3. РО-ИПК-5.1.</p>	6 (6)

	РО-ИПК-6.1.	
		ИТОГО: 216 (24)

10. Формы отчетности по практике

1. Направление от ТГУ на прохождение практики.
2. Договор (с приложениями) между университетом и организацией, в которой обучающийся проходит Производственную практику.
3. Дневник практики.
4. Письменный отчет с копиями выполненных студентом работ в период Производственной практики: практики в профессиональной сфере.
5. Электронная презентация о структуре и деятельности организации, своих должностных функциях.
6. Публичная защита отчета о прохождении Производственной практики: практики в профессиональной сфере.

11. Организация промежуточной аттестации обучающихся

11.1 Порядок и форма проведения промежуточной аттестации

Промежуточная аттестация проводится в форме презентации результатов практики с оценкой путем публичной защиты обучающимися результатов работы (текста ВКР) перед руководителем практики от ТГУ.

11.2 Процедура оценивания результатов обучения

Оценка сформированности результатов обучения осуществляется руководителем практики 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, представившему все документы (в срок) и презентацию с результатами работы, грамотно и логически стройно их излагающему. При этом обучающийся не затрудняется с ответом на дополнительный вопрос, правильно обосновывает принятые решения, делает собственные выводы. Визуализация материала соотносится с основным содержанием и позитивно влияет на восприятие информации. В работе присутствуют собственные выводы, рекомендации и предложения.

Оценка «хорошо» выставляется обучающемуся, представившему все документы (в срок) и презентацию с результатами работы, без существенных неточностей в ответе на вопрос, но не в полной мере способного аргументировать собственные выводы. Результаты работы требуют уточнения по некоторым пунктам; представлены собственные аналитические выкладки, аргументы, рекомендации, но изложенные недостаточно полно. Визуализация материала соотносится с основным содержанием.

Оценка «удовлетворительно» выставляется обучающемуся, представившему не все документы, либо частично незаполненные документы (в срок) и презентацию с результатами работы, допускающему неточности, недостаточно правильные формулировки. 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.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется обучающемуся, представившему не все документы или частично незаполненные документы (либо не представившему документы) и/или без презентации с результатами работы, не способному аргументировать собственные ответы. Нет аналитические выводы о своей работе, собственных аргументов и рекомендаций. Отсутствует визуализация материала.

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

Основная литература:

1. Музыкант В.Л. Реклама: учебное пособие (для студентов вузов по специальностям «Реклама» и «Маркетинг»). – Москва: РИОР, 2016 г.

2. Кузнецов П.А. Public Relations. Связи с общественностью для бизнеса: практические приемы и технологии. – Москва: Дашков и Ко., 2012 г.

Дополнительная литература:

1. Емельянов С.М. Теория и практика связей с общественностью. Вводный курс. Спб., 2005 г.

2. Зверинцев А. Б. Коммуникационный менеджмент. Спб., 1997 г.

3. Катлип С.М., Сентер А.Х., Брум Г.М. Паблик рилейшнз. Теория и практика (8-е) М., 2003 г.

4. Комаров В.Г. Как разграничить рекламу и PR? Спб., 1998 г.

5. Кужелева-Саган И.П. Генезис и история паблик рилейшнз: анализ интерпретаций. Томск, 2004 г.

6. Мехлер Г. Власть и магия PR. Спб., 2004 г.

7. Музыкант В.Л. Реклама и PR-технологии в бизнесе, коммерции, политике. М., 2002 г.

8. Шарков Ф.И., Родионов А.А. Рекламный рынок: методика изучения. М., 2005 г.

9. Яковлев И.П. Ключи к общению. Основы теории коммуникаций. Спб., 2006 г.

10. Визгалов Д.В. Маркетинг города: практики в поисках теории //Маркетинг в России за рубежом. – 2008. - №3.

11. Гундарин М.В. Книга руководителя отдела PR. Спб., 2006 г.

12. Данилина В.В., Луканина М.В., Минаева Л.В., Салиева Л.К. Связи с общественностью. Составление документов: Теория и практика. М., 2006 г.

13. Дибб С., Симкин Л., Брэдли Дж. Практическое руководство по маркетинговому планированию. Спб., 2001 г.

14. Информационная политика: Учебник/ под общ.ред. В.Д.Попова. М., 2003 г.

15. Камерон К., Куинн Р. Диагностика и изменение организационной культуры. Спб., 2001 г.

16. Капитонов Э.А., Капитонов А.Э. Корпоративная культура и PR. М., 2003 г.

17. Катлип С.М., Сентер А.Х., Брум Г.М. Паблик рилейшнз. Теория и практика (8-е) М., 2003 г.

18. Комаровский В.С. Связи с общественностью в политике и государственном управлении. М., 2001 г.

19. Красовский Ю.Д. Сценарии организационного консультирования. М., 2000 г.

20. Кривоносов А.Д. Основы спичрайтинга. Спб., 2003 г.

21. Кузнецов В.Ф. Связи с общественностью: теория и технологии. М., 2006 г.

22. Кузнецов В.Ф. Репутационный капитал : теория и практика PR-деятельности. М., 2008 г.

23. Борисов Б.Л. Технологии рекламы и PR: Учеб. Пособие / Б.Л.Борисов. – М.: ФАИР-ПРЕСС, - 2001. – 624 с.

24. Катернюк А.В. Рекламные технологии: Коммерческая реклама: Учеб. Пособие для студ. Вузов/ А.В.Катернюк. – Ростов н/Д.: изд-во «Феникс», - 2001. – 320 с.

25. Лесоцкий Е. Современная реклама. Теория и практика / Е.Лесоцкий. – Ростов н/Д.: изд-во «Феникс», - 2001. – 320 с.

26. <http://www.cstv.tsu.ru/?id=praktik>

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 презентационного 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

Шамсудинова Снежана Сергеевна, канд. филос. н., доцент кафедры социальных коммуникаций факультета психологии НИ ТГУ.

Рецензент: д. филос. наук, профессор Кужелева-Саган И.П.