

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

Факультет психологии



УТВЕРЖДАЮ

Декан факультета психологии

Д.Ю. Баланёв

«05» сентября » 2022 г.

Рабочая программа производственной практики
Профессионально-творческая (профильный проект) практика

по направлению подготовки

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

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

Форма обучения
Очная

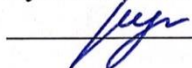
Квалификация
Бакалавр

Год приема
2022


Код практики в учебном плане: Б.2.О.02.01(П)

СОГЛАСОВАНО:

Руководитель ОП

 И.П. Кужелева-Саган

Председатель УМК

 Э. А. Щеглова

Томск – 2022

Программу составили: Винокурова Е.Н., ассистент кафедры социальных коммуникаций факультета психологии НИ ТГУ; Гужова И.В., доцент кафедры социальных коммуникаций факультета психологии НИ ТГУ; Карнаухова Н.А., старший преподаватель кафедры социальных коммуникаций факультета психологии НИ ТГУ; Носова С.С., старший преподаватель кафедры социальных коммуникаций факультета психологии НИ ТГУ; Окушова Г.А., доцент кафедры социальных коммуникаций факультета психологии НИ ТГУ; Полянская Е.Н., старший преподаватель кафедры социальных коммуникаций факультета психологии НИ ТГУ; Спичева Д.И., доцент кафедры социальных коммуникаций факультета психологии НИ ТГУ.

Рецензент: И. П. Кужелева-Саган, д.филол.н., профессор, заведующая кафедрой социальных коммуникаций факультета психологии НИ ТГУ

Рабочая программа дисциплины «Производственная практика: Профессионально-творческая (профильный проект) практика» (в РПП - «Производственная практика: профильный проект») разработана в соответствии с Образовательным стандартом ТГУ по направлению подготовки 42.03.01 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 г.

Рабочая программа одобрена на заседании учебно-методической комиссии факультета психологии НИ ТГУ
Протокол №7 от 05.09.2022

1. Основной целью «Производственной практики: профильный проект» является создание бакалавром по направлению подготовки «Реклама и связи с общественностью» профильного проекта - итоговой студенческой работы, имеющей самостоятельный, научно-исследовательский или практико-ориентированный характер, отражающей содержание проектной, научно-исследовательской деятельности студента в рамках профильных мастерских кафедры социальных коммуникаций ФП ТГУ, а также в других коммуникационных (офлайн и онлайн) исследовательских проектах, участником которых является студент.

2. Задачи «Производственной практики: профильный проект» способствовать:

- закреплению теоретического материала, полученного обучающимися в процессе изучения общепрофессиональных и специальных дисциплин;
- реализации знаний студентов в области рекламы и связей с общественностью как сферы профессиональной деятельности;
- сбору, обработке, анализу и систематизации научно-практической информации;
- реализации студентами коммуникационных (офлайн и онлайн), исследовательских проектов, участником которых они являются;
- участию обучающихся в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий;
- развитию навыков написания научных текстов.

3. Место «Производственной практики: профильный проект» в структуре ООП бакалавриата

Профильный проект как вид производственной практики входит в часть Практики, Производственные практики, Обязательная часть. «Производственная практика: профильный проект» логически и содержательно-методически взаимосвязана с такими дисциплинами, как «Основы интегрированных коммуникаций», «Организация специальных мероприятий», «Основы теории коммуникации», «Организация работы отделов по связям с общественностью и рекламы», а также таким видом учебной практики, как профильные мастерские, формирующими **компетенции и индикаторы:**

УК-2. Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений

ИУК 2.1. Формулирует взаимосвязанные задачи в рамках поставленной цели, определяет ожидаемые результаты их решения

ИУК 2.3. Публично представляет проект решения задачи

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

ИУК-6.3. Реализует траекторию своего развития с учетом имеющихся условий и ограничений.

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

ИПК 1.2. Знает основы организации и оперативного планирования своей деятельности и деятельности (включая написание аналитических справок, обзоров и прогнозов, а также подготовку проектной документации), умеет использовать эти знания для обеспечения внутренней и внешней коммуникации организации, в том числе ее медийной активности

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

ИПК 3.1. Способен создавать и адаптировать текстовый материал под особенности восприятия информации, обусловленные выбором социальных сетей и платформ, а также с учетом lifestyle – характеристик целевой аудитории

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

ИПК 4.3. Демонстрирует навыки работы с текстовыми редакторами, агрегаторами новостей, электронными

подписками и т.д., в соответствии с поставленными задачами в условиях осуществления профессиональной деятельности в организации

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

ИПК 5.1. Способен создавать и редактировать контент для блогинговых платформ, оценивать эффективность размещенного контента

Компетенции, сформированные студентами при реализации данного вида практики, позволят развить профессиональное мышление и подготовиться к успешному написанию выпускной квалификационной работы и прохождению государственной итоговой аттестации.

4. Способы проведения практики

«Производственная практика: профильный проект» является частью учебного плана подготовки бакалавров по направлению «Реклама и связи с общественностью», блок 2 «Практики». Проводится стационарно в Национальном исследовательском Томском государственном университете.

5. Формы проведения «Производственной практики: профильный проект»

Данный вид практики является одной из форм производственной практики. Профильный проект может быть выполнен и представлен как научное исследование теоретического характера, и как проектная разработка прикладного характера. Соответственно, в зависимости от темы и характера поставленных задач, профильный проект может быть выполнен в двух вариантах: как научно-исследовательская работа и практико-ориентированная работа.

Научно-исследовательская работа – академическое исследование, нацеленное на получение нового научного знания.

Практико-ориентированная работа – представляет собой описание решения прикладной задачи в сфере рекламы и связей с общественностью.

На период написания профильного проекта к каждому студенту прикрепляется научный руководитель 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 руководством преподавателей студенты подбирают материал, анализируют научные, специализированные источники по проблематике сферы социальных коммуникаций, формируют теоретическую базу для дальнейшей работы над профильным проектом. Затем, в зависимости от выбранного направления, проводят кабинетные и/или полевые исследования, являющиеся структурной частью или опорной базой для написания итоговой проектной работы; создают научно-исследовательский или практико-ориентированный проект. Для работы в рамках «Производственной практики: профильный проект» студенты используют методические ресурсы кафедральной библиотеки и Научной библиотеки ТГУ, а также доступные электронные ресурсы.

6. Места и сроки проведения «Производственной практики: профильный проект»

Местом проведения данного вида практики является кафедра социальных коммуникаций Национального исследовательского Томского государственного университета. Практика реализуется в течение 1-го и 2-го семестра третьего года обучения (5 и 6 семестры).

7. Планируемые результаты обучения при прохождении «Производственной практики: профильный проект», соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Уровень освоения компетенции*	Планируемые результаты обучения (показатели достижения заданного уровня освоения компетенций)	Критерии оценивания результатов обучения			
		2	3	4	5
<p>УК-2. Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений</p> <p>ИУК 2.1. Формулирует взаимосвязанные задачи в рамках поставленной цели, определяет ожидаемые результаты их решения</p> <p>ИУК 2.3. Публично представляет проект решения задачи</p>	<p>ОР-ИУК-2.1. Обучающийся может формулировать задачи и цели проекта</p> <p>ОР-ИУК-2.3. Обучающийся может публично представлять проект</p> <p>ОР-ИУК-2.4. Обучающийся может оценить эффективность использованных методов для достижения поставленной цели</p>	Отсутствует навык	Частичное применение навыка	В целом успешное, но сопровождающееся отдельными ошибками применения навыка	Успешное и систематическое применение навыков
<p>УК-6. Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни.</p> <p>ИУК-6.3. Реализует траекторию своего развития с учетом имеющихся условий и ограничений.</p>	ОР-ИУК-6.4. Обучающийся может в проекте реализовать траекторию своего развития с учетом имеющихся условий и ограничений.				
<p>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</p> <p>ИПК 1.2. Знает основы организации и оперативного планирования своей деятельности и деятельности (включая написание аналитических справок, обзоров и прогнозов, а также подготовку проектной документации), умеет использовать эти знания для обеспечения внутренней и внешней коммуникации организации, в том числе ее медийной активности</p>	ОР-ИПК-1.2. Обучающийся может писать аналитические справки, прогнозы, обзоры, подготавливать проектные и иные документы по проекту.				

<p>ПК-3. Владеет навыками поисковой оптимизация и адаптация текстовых материалов, учитывая специфику их стиля</p> <p>ИПК 3.1. Способен создавать и адаптировать текстовый материал под особенности восприятия информации, обусловленные выбором социальных сетей и платформ, а также с учетом lifestyle – характеристик целевой аудитории</p>	<p>ОР-ИПК-3.1. Обучающийся может создавать и адаптировать материал проекта под особенности восприятия информации, обусловленные выбором социальных сетей и платформ, а также с учетом lifestyle – характеристик целевой аудитории</p>				
<p>ПК-4. Способен работать с текстовыми и графическими редакторами, с агрегаторами новостей, электронными подписками и т.д.</p> <p>ИПК 4.3. Демонстрирует навыки работы с текстовыми редакторами, агрегаторами новостей, электронными подписками и т.д., в соответствии с поставленными задачами в условиях осуществления профессиональной деятельности в организации</p>	<p>ОР-ИПК-4.3. Обучающийся умеет работать работы с текстовыми редакторами, агрегаторами новостей и т.д., в соответствии с поставленными задачами</p>				
<p>ПК-5. Способен планировать, координировать и осуществлять оценку эффективности работы по созданию и редактированию контента</p> <p>ИПК 5.1. Способен создавать и редактировать контент для блогинговых платформ, оценивать эффективность размещенного контента</p>	<p>ОР-ИПК-5.1. Обучающийся может создавать и редактировать контент для блогинговых платформ, оценивать эффективность размещенного контента</p>				

8. Объем «Производственной практики: профильный проект» составляет 9 зачетных единиц, 324 часа. Из которых 3 зачетные единицы и, соответственно, 108 часов приходятся на 5 семестр обучения и 6 зачетных единиц, 216 час. – на 6 семестр обучения.

9. «Производственная практики: профильный проект» - распределенная, реализуется в течение 1-го и 2-го семестра третьего года обучения (5 и 6 семестры).

10. Содержание «Производственной практики: профильный проект»

№ п/п	Разделы (этапы) практики	Виды работы в рамках «Производственной практике: профильный проект», включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)	Формы текущего контроля	
5 семестр				
1	Подготовительный этап	Знакомство с содержанием программы «Производственной практики: профильный проект». Согласование с научным руководителем: - темы профильного проекта; - проблематики сферы социальных коммуникаций, по которой необходимо составить список литературы.	36 часов	Согласованная тема научно-исследовательского или практико-ориентированного проекта. Библиография выбранного тематического направления.
2	Основной этап	Сбор, анализ и систематизация информации, необходимой для описания актуальности, проблемы, степени изученности темы, объекта и предмета профильного проекта, выдвижения гипотезы (<i>желательно</i>), а также цели и задач, теоретической базы, методов работы над профильным проектом, его практической ценности и структуры.	72 часа	Титульный лист (Приложение 1), оглавление и введение профильного проекта (Приложение 2 и 3).
ИТОГО			108 часов	зачет
6 семестр				
1	Подготовительный этап	Сбор, анализ и систематизация информации в соответствии с задачами, обозначенными во введении к профильному проекту.	210 часов	Текст профильного проекта, оформленный в соответствии с выбранным форматом (Приложения 4 и 5).
2	Основной этап	Организация и проведение необходимых теоретических и практических (количественных и качественных) исследований. Подготовка текста профильного проекта.		
3	Завершающий этап	Проверка текста профильного проекта на оригинальность. Подготовка текста доклада и электронной презентации по итогам написания профильного проекта. Публичная защита проекта.	46 часов	Отчет о проверке текста профильного проекта на объем и корректность заимствований в формате .pdf (Приложение 6). Электронная презентация доклада.
ИТОГО			256 часов	Дифференцированный зачет
ВСЕГО			324	

11. Формы отчетности по «Производственной практике: профильный проект»

- Титульный лист, тексты оглавления и введения профильного проекта.
- Текст основной части профильного проекта, а также заключения, списка литературы и приложений.
- Отчет о проверке текста профильного проекта на объем и корректность заимствований в формате .pdf, предоставленный соответствующим сервисом.
- Электронная презентация доклада к публичной защите профильного проекта.

12. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по «Производственной практике: профильный проект»

Форма промежуточной аттестации по дисциплине «Производственная практика: профильный проект» - зачет и зачет с оценкой, соответственно, в 5 и 6 семестрах.

В результате освоения дисциплины «Производственная практика: профильный» обучающийся должен обладать следующими **ключевыми компетенциями:**

УК-2. Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений

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

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-3. Владеет навыками поисковой оптимизация и адаптация текстовых материалов, учитывая специфику их стиля

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

12.1. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов обучения, характеризующих этапы формирования компетенций (знания, умения, навыки и (или) опыт деятельности)

№	Контролируемые разделы дисциплины (темы)	Формируемые компетенции	Оценочные средства / Контрольные задания	Вес задания, промежуточной аттестации
5 семестр				
1.	Подготовительный этап	ОР-ИУК-2.1. ОР-ИПК-4.3.	Согласованная тема научно-исследовательского или практико-ориентированного проекта. Библиография выбранного тематического направления.	0,2
2.	Основной этап	ОР-ИУК-6.3 ОР-ИПК-1.2. ОР-ИПК-3.1. ОР-ИПК-4.3.	Титульный лист, оглавление и введение профильного проекта.	0,4
3.	Промежуточная аттестация	ОР-ИУК-2.3 ОР-ИПК-1.2. ОР-ИПК-3.1. ОР-ИПК-4.3. ОР-ИПК-5.1 ОР-ИУК-6.3	Зачет	0,4
6 семестр				
1.	Подготовительный этап	ОР-ИУК-2.1. ОР-ИПК-4.3.	Текст профильного проекта, оформленный в соответствии с выбранным форматом.	0,2
2.	Основной этап	ОР-ИУК-6.3 ОР-ИПК-1.2. ОР-ИПК-3.1. ОР-ИПК-4.3.		0,2

3.	Завершающий этап	ОР-ИУК-2.3 ОР-ИПК-1.2. ОР-ИПК-3.1. ОР-ИПК-4.3. ОР-ИПК-5.1	Отчет о проверке текста профильного проекта на объем и корректность заимствований в формате .pdf . Электронная презентация доклада.	0,2
4.	Промежуточная аттестация	ОР-ИУК-2.1. ОР-ИУК-2.3 ОР-ИУК-6.3 ОР-ИПК-1.2. ОР-ИПК-3.1. ОР-ИПК-4.3. ОР-ИПК-5.1	Зачет с оценкой	0,4

12.2. Процедура оценивания прохождения «Производственной практики: профильный проект»

Примерная тематика профильных проектов

1. Модель эффективного взаимодействия журналистов с PR-службами
2. Интернет-представительство традиционных СМИ как актуальный способ взаимодействия со своими аудиториями
3. Системный подход как основа создания качественного корпоративного издания
4. Современные подходы к трактовке невербальной коммуникации
5. Социальная ответственность российского рекламиста как основа его эффективной профессиональной деятельности
6. Конструктивный диалог рекламных агентств с клиентами в кризисной ситуации
7. Роль креативной составляющей в производстве рекламного продукта
8. Креативный подход при создании продающего рекламного текста (на примере...)
9. Сайт event как эффективный способ его продвижения (на примере...)
10. Роль средств массовой информации в период избирательных кампаний
11. Имидж современных политиков: недостатки и технологии их исправления
12. Специфика восприятия юмора в политической рекламе различными целевыми аудиториями
13. Технологии политических кампаний продвижения в социальной сети ВКонтакте
14. Контент-менеджмент как ключевой инструмент повышения эффективности новых медиа в формировании общественного мнения у электоральной аудитории (на примере...)
15. Особенности лоббирования в PR
16. Влияние немедийных средств коммуникации на стабильное положение компании на рынке
17. Особенности воздействия логотипа как визуального идентификатора на восприятие потребителем торговой марки
18. Креативные подходы российских банковских структур к разработке продуктовой рекламы
19. Партизанский маркетинг как эффективный способ продвижения в условиях малобюджетных кампаний (на примере...)
20. Роль нейминга в позиционировании современных российских бизнес – организаций (на примере...)
21. Формализация корпоративной культуры организации среднего бизнеса, как ключевое условие ее устойчивости (на примере...)
22. Феномен галерейного бренда и технологий брендинга в российском галерейном бизнесе
23. Специфика аудитории как ключевой фактор выбора специального мероприятия для продвижения коммерческой структуры (на примере...)
24. Новые медиа, как эффективный способ взаимодействия коммерческих организаций с целевыми аудиториями (на примере...)
25. Методы оценки эффективности рекламных и PR-коммуникаций коммерческой организации в социальной сети ВКонтакте (на примере...)
26. Социальный маркетинг как уникальный способ формирования здорового образа жизни в студенческой среде
27. Учет базовых социокультурных и социо-психологических характеристик

- абитуриентов как ключевой фактор эффективного позиционирования вуза (на примере...)
28. Специальное мероприятие как оптимальный способ продвижения университетских магистерских программ среди выпускников-бакалавров (на примере...)
 29. Работа с социальной сетью ВКонтакте как эффективный способ интернет-продвижения услуг психолога среди молодежной аудитории (на примере...)
 30. Специфика студенческой аудитории как основа создания уникального контента страниц университетских научных центров в социальных сетях (на примере...)

Критерии оценки и прохождения процедуры публичной защиты профильного проекта

На процедуре защиты профильного проекта студент должен представить полный текст проекта, электронную презентацию доклада. К публичной защите профильного проекта студент допускается только в случае разрешения научного руководителя.

При этом проектная разработка должна соответствовать следующим критериям:

1. Профильный проект отвечает всем формальным требованиям (количество частей, количество страниц, количество литературных источников, шрифт, интервал, уровень оригинальности текста).
2. Введение содержит описание актуальности, проблемы, цели, задач, объекта, предмета, гипотезы (*необязательно, но желательно*), теоретической базы, методов работы студента, практической ценности проекта и его структуры.
3. Существует логическая связь между перечисленными составляющими введения и содержанием основного текста работы.

Студент не проходит процедуру защиты профильного проекта, если:

1. Текст профильного проекта не соответствует хотя бы одному из следующих формальных требований (см Приложения №№1-6):
 - не соответствует количество страниц,
 - не соответствует количество частей,
 - не соответствует количество литературных источников,
 - объем работы не соответствует нормативному из-за несоблюдения установленных размеров шрифта и интервала,
 - не соответствует уровень оригинальности текста.
2. Введение не содержит описания хотя бы одного из необходимых составляющих:
 - актуальности темы, исследуемой в рамках профильного проекта,
 - проблемы, анализируемой в рамках профильного проекта,
 - цели и задач профильного проекта,
 - объекта и предмета профильного проекта,
 - теоретической базы профильного проекта,
 - методов работы и практической ценности профильного проекта.
3. Отсутствует логическая связь между:
 - актуальностью темы работы и проблемой, анализируемой в рамках профильного проекта,
 - исследуемой проблемой и целью проекта,
 - целью и задачами профильного проекта,

- объектом и предметом профильного проекта,
- предметом и названием работы,
- теоретической базой и всеми перечисленными составляющими введения к профильному проекту,
- основным содержанием профильного проекта и всеми перечисленными составляющими его введения.

Критерии оценивания профильного проекта (по 5-балльной системе):

– «отлично» – студент демонстрирует наличие глубоких знаний по освоенным базовым теоретическим курсам ОПОП бакалавриата, владение новейшими фактами по выбранной проблематике исследования, умение выявлять, использовать эмпирические данные, релевантные анализируемой теме, понимание структуры работ проектного типа; содержательно аргументирует собственные выводы, соблюдает все формальные требования к написанию профильного проекта;

– «хорошо» – студент демонстрирует уверенное владение базовым понятийным аппаратом сферы социальных коммуникаций, содержательно аргументирует использование эмпирических данных, в большей части выстраивает работу в соответствии со структурой проектной разработки, но не в полной мере способен аргументировать собственные выводы;

– «удовлетворительно» – студент демонстрирует в целом приемлемое владение базовым понятийным аппаратом сферы социальных коммуникаций, удовлетворительное знание специфики работы проектного типа; однако, недостаточно использует полученные эмпирические данные, содержательно слабо обосновывает собственные выводы;

– «неудовлетворительно» – студент демонстрирует отсутствие владения базовым понятийным аппаратом сферы социальных коммуникаций, не понимает специфику работы проектного типа, не умеет самостоятельно изложить отобранный материал в соответствии с требованиями к написанию профильного проекта.

13. Ресурсное обеспечение «Производственной практики: профильный проект»

13.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы и ресурсов информационно-телекоммуникационной сети Интернет

а) основная литература:

1. Афанасьев В. Я. Теория менеджмента : учебник и практикум для академического бакалавриата : Учебник и практикум. М : Издательство Юрайт , 2019 – С. 665. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.biblio-online.ru/book/725A4B80-5896-41B3-9A5F-EF159A84818D>
2. Бычкова М.Н. Организация рекламных и PR-кампаний в интернет (учебно-методический комплекс) 2012 г. [Электронный ресурс]. URL: <http://edu.tsu.ru/eor/resource/832/tpl/index.html>
3. Катлип С. Паблик рилейшнз. Теория и практика / С. Катлип, А. Сентер, Г. Брум. – М. : Вильямс, 2015. – 624 с.
4. Новиков А.М. Методология научного исследования : [учебно-методическое пособие]. - Москва : ЛИБРОКОМ , 2014. – 280 с.
5. Новые медиа: социальная теория и методология исследований. — СПб. : Издательство Алтейя, 2016. — 262 с.
6. Рузавин Г.И. Методология научного познания : [учебное пособие для вузов]. - Москва: ЮНИТИ-ДАНА , 2013.
7. Окушова Г. А. Методика подготовки квалификационной работы Электронный

ресурс : учебно-методический комплекс /; Том. гос. ун-т, [Ин-т дистанционного образования] – Томск : [ИДО ТГУ] , 2012. Электронный ресурс
<http://vital.lib.tsu.ru/vital/access/manager/Repository/vtls:000461621>

8. Природа социальности: проблемы методологии и онтологии социальных наук. В. М. Розин. Москва : Ленанд , 2016 — 278с.
9. Положение о практике обучающихся в НИ ТГУ, Приложение к приказу от 28.03.2018 № 286/ОД). Электронный ресурс:
<http://www.tsu.ru/upload/medialibrary/1fc/286-od-polozhenie-o-praktike-tgu-2018.pdf>
10. Психология рекламы и PR : учебник для бакалавриата и магистратуры. М. Ю. Коноваленко, М. И. Ясин Москва : Юрайт , 2016 —3 93 с

б) дополнительная литература:

1. Барри П. Книга рекламных концепций. – СПб., М.: Дитон, 2013. - 296 с.
2. Беляевский И.К. Маркетинговое исследование: информация, анализ, прогноз. - Москва ИНФРА-М [и др.] 2013. – 391 с.
3. Гавра Д.П. Социально-коммуникативные технологии: сущность, структура, функции \ Петербургская школа PR: от теории к практике. СПб., 2003 г. – С.30-43
4. Гриффин Э. Коммуникация. Теории и практики / Эм Гриффин. – Харьков : Гуманитарный центр, 2015. – 688 с.
5. Гундарин М.В. и др. Рекламные и PR-кампании. – Ростов-на-Дону: Феникс, 2013. - 192 с.
6. Гундарин М.В. Книга руководителя отдела PR. СПб., 2006 г.
7. Емельянов С.М. Теория и практика связей с общественностью. Вводный курс. Спб., 2005 г.
8. Камерон К., Куинн Р. Диагностика и изменение организационной культуры. СПб., 2001 г.
9. Капитонов Э.А., Капитонов А.Э. Корпоративная культура и PR. М., 2003 г.
10. Кривоносов А.Д. Основы спичрайтинга. СПб., 2003 г.
11. Кужелева-Саган И.П. Генезис и история паблик рилейшнз: анализ интерпретаций. Томск, 2004 г.
12. Кузнецов В.Ф. Репутационный капитал : теория и практика PR-деятельности. М., 2008 г.
13. Кузнецов В.Ф. Связи с общественностью: теория и технологии. М., 2006 г.
14. Музыкант В.Л. Интегрированные маркетинговые коммуникации. – М.: РИОР ИНФРА-М, 2013. – 215 с.
15. Психология массовых коммуникаций : учебник и практикум для академического бакалавриата Н. В. Антонова. Москва : Юрайт , 2016—372 с.
16. Реклама : учебное пособие В. Л. Музыкант Москва : РИОР [и др.] , 2016—196с.
17. Самые успешные PR-кампании в мировой практике. Пер. с англ. М.: Консалтинговая группа «ИМИДЖ-Контакт» ИНФРА-М, 2002. (Серия «Современные консалтинговые технологии») – 310 с.
18. Трошин М.В., Прокди Р.Г. Twitter. Ваш микроблог и общение через Интернет. - М.: Наука и техника, 2012. – 144 с.

в) перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети Интернет:

1. <http://www.aup.ru/>
2. <http://www.bci-marketing.ru/>
3. <http://b-mag.ru/>
4. <http://www.elibrary.ru>
5. <http://www.marketing.spb.ru>
6. www.4p.ru

7. <http://www.rsl.ru/>
8. <http://www.sostav.ru/>
9. <http://www.triz-ri.ru>
10. Московский международный фестиваль рекламы и маркетинга. [Электронный ресурс] URL: <http://www.festival.ru>
11. Окушова Г.А., Бычкова М.Н. Проектирование в сфере рекламы и связей с общественностью (учебно-методический комплекс) 2011 г. [Электронный ресурс]. URL: <http://edu2.tsu.ru/eor/resourse/296/tpl/index.html>
12. Окушова Г.А., Бычкова М.Н., Гужова И.В. Позиционирование и продвижение томских университетов в коммуникативном пространстве Интернета. – Томск: Издательский Дом ТГУ, 2014. – 142 с. [Электронный ресурс]. URL: <http://vital.lib.tsu.ru/vital/access/manager/Repository/vtls:000502033> \Список ресурсов свободного доступа по предметной области «Социологические науки»: <http://lib.tsu.ru/ru/spisok-resursov-po-predmetnym-oblastyam#pr14>
13. Феценко А.В. Современные технологии публикации и распространения информации в Интернет. [Электронный ресурс]. URL: <http://edu2.tsu.ru/eor/resourse/176/tpl/index.html>
14. Филатова, О.Г. Социальная реклама и PR-поддержка программ развития информационного общества. [Электронный ресурс] : Учебные пособия — Электрон. дан. — СПб. : НИУ ИТМО, 2013. — 136 с. — Режим доступа: <http://e.lanbook.com/book/71079>
15. Электронная библиотека ТГУ <http://vital.lib.tsu.ru/vital/access/manager/Index>

14. Материально-техническое обеспечение «Производственной практики: профильный проект»

Укомплектованная студия по производству рекламных и PR-видеоматериалов, созданная на базе лаборатории новомедийных гуманитарных технологий при кафедре социальных коммуникаций ТГУ и ООО «Рекламный дайджест» (г. Томск).

Осуществляется свободный доступ практикантов к библиотечным фондам и базам данных Национального исследовательского Томского государственного университета, по содержанию соответствующих программе практики.

15. Руководители «Производственной практики: профильный проект» - преподаватели кафедры социальных коммуникаций ФП ТГУ (в соответствии с индивидуальными планами преподавателей на текущий учебный год).

Рецензент: И.П. Кужелева-Саган, д. филос. наук, профессор, заведующая кафедрой социальных коммуникаций ФП ТГУ

ПРИЛОЖЕНИЕ №1

Министерство образования и науки Российской Федерации
НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ТОМСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ (НИ ТГУ)
Факультет психологии
Кафедра социальных коммуникаций

ПРОФИЛЬНЫЙ ПРОЕКТ

**МОДЕЛЬ ЭФФЕКТИВНОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ ЖУРНАЛИСТОВ
С PR-СЛУЖБАМИ**

по основной образовательной программе подготовки бакалавров
направление подготовки 42.03.01 – Реклама и связи с общественностью

Иванова Анна Сергеевна

Научный руководитель
старший преподаватель

_____ М.Н. Бычкова

подпись

« _____ » _____ 20 г.

Автор работы
студент группы № 20

_____ А.С. Иванова

подпись

**Структура введения профильного проекта
(научно-исследовательская работа)**

1. **ОБОСНОВАНИЕ АКТУАЛЬНОСТИ НАСТОЯЩЕГО ИССЛЕДОВАНИЯ** (описание существующей проблемной ситуации. Это помогает обосновать целесообразность разработки темы и должно выявить степень важности ее изучения именно в настоящее время).
2. **ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМЫ В ДАННОЙ НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКОЙ РАБОТЕ** (формулировка проблемы обязательно должна указывать на наличие затруднений, противоречий в научном знании о сфере социальных коммуникаций (не из области менеджмента, социологии, политологии и т.д., а именно из области рекламы и связей с общественностью). Довольно часто проблема – это трудноразрешимый вопрос, связанный с недостаточной изученностью той или иной области знаний. Поэтому, в описании проблемы обязательно должны присутствовать слова: **отсутствие.. нехватка... неполнота знаний... недостаточно эффективные... противоречие... несоответствие...**).
3. **ОПИСАНИЕ СТЕПЕНИ ИЗУЧЕННОСТИ ТЕМЫ НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКОЙ РАБОТЫ** (это 3-4 основных источника не вообще по теории рекламы и связей с общественностью, а именно по теме данной научно-исследовательской работы. Это диссертационные исследования, монографии, статьи или сборники статей, содержащие базовые теоретические положения, без знания которых невозможно изучать данную тему).
4. **ОПРЕДЕЛЕНИЕ ОБЪЕКТА НАСТОЯЩЕГО ИССЛЕДОВАНИЯ** (объект – часть социально-коммуникативной реальности, противостоящая исследователю).
5. **ОБОЗНАЧЕНИЕ ПРЕДМЕТА ДАННОЙ РАБОТЫ** (предмет - часть объекта, исследуемая в рамках данной научно-исследовательской работы).
6. **ВЫДВИЖЕНИЕ ГИПОТЕЗЫ ИССЛЕДОВАНИЯ** (гипотеза - форма теоретического знания, содержащая предположение, сформулированное на основе ряда фактов, истинное значение которого неопределенно и нуждается в аргументированном обосновании. Фразы «PR имеет особое место в современном обществе...», «Роль рекламы сегодня огромна...», как и подобные - гипотезой быть не могут. Так как правота подобных утверждений очевидна априори. Как правило, гипотеза – один из вариантов решения проблемы) – *желательно*.
7. **ФОРМУЛИРОВКА ЦЕЛИ НАУЧНОГО ИССЛЕДОВАНИЯ** (тесно связана с формулировкой гипотезы. По сути цель – доказательство, частичное доказательство, или опровержение гипотезы).
8. **ВЫСТРАИВАНИЕ ЗАДАЧ НАСТОЯЩЕГО ИССЛЕДОВАНИЯ** (то есть действий по достижению промежуточных результатов, направленных на достижение цели).

Количество и последовательность задач, как правило, определяет структуру исследования: количество частей и их последовательность).

9. ПРЕДСТАВЛЕНИЕ ТЕОРЕТИЧЕСКОЙ БАЗЫ НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКОЙ РАБОТЫ (описание использованной литературы и других источников).
10. ВЫДЕЛЕНИЕ МЕТОДОВ НАУЧНОГО ИССЛЕДОВАНИЯ (описание способов, которые использовал автор при работе над исследованием. Существуют общенаучные методы (анализ, синтез, классификация и др.), социологические методы (опрос, анкетирование, фокус-группа, контент-анализ и проч.).
11. ИЗЛОЖЕНИЕ ПРАКТИЧЕСКОЙ ЦЕННОСТИ НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКОЙ РАБОТЫ (здесь должны быть ответы на следующие вопросы: чем данная работа интересна для специалиста по связям с общественностью\рекламы? Чем интересна данная работа для специалистов сферы социальных коммуникаций, работающих в определенной сфере жизнедеятельности общества (например, работа про бизнес-PR. Соответственно, чем интересна работа для тех, кто занимается бизнес-PR. Или, например работа про специфику продвижения услуг. Соответственно, чем интересна работа для того, кто занимается продвижением услуг...).
12. ХАРАКТЕРИСТИКА СТРУКТУРЫ НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКОЙ РАБОТЫ (описание содержания глав\частей работы).

Объем ведения – 3-5 страниц текста.

**Структура введения профильного проекта
(практико-ориентированная работа)**

1. **ОБОСНОВАНИЕ АКТУАЛЬНОСТИ ПРОЕКТА** (затруднения, противоречия в практической деятельности сферы социальных коммуникаций, ее научной рефлексии, из которых вытекает необходимость разработки и реализации проекта по данной теме).
2. **ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМЫ** с указанием причин.
3. **ОПРЕДЕЛЕНИЕ ОБЪЕКТА ПРОЕКТНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ** (границы исследования и изменения практики).
4. **ОБОЗНАЧЕНИЕ ПРЕДМЕТА ПРОЕКТНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ** (часть объекта, раскрываемая при реализации проекта).
5. **ОПИСАНИЕ СТЕПЕНИ РАЗРАБОТАННОСТИ ПРОБЛЕМЫ** (3-4 основных источника не вообще по теории рекламы и связей с общественностью, а именно по теме данной практико-ориентированной работы. Это диссертационные исследования, монографии, статьи или сборники статей, содержащие базовые теоретические положения, без знания которых невозможно изучать данную тему).
6. **ВЫДЕЛЕНИЕ ЦЕЛИ ПРОЕКТА** (ожидаемый результат деятельности, выраженный в позитивных коммуникационных, научно-исследовательских изменениях, появившихся благодаря реализации проекта).
7. **ВЫСТРАИВАНИЕ ЗАДАЧ ПРОЕКТА** (действия по достижению промежуточных результатов, направленных на достижение цели).
8. **ВЫДВИЖЕНИЕ ГИПОТЕЗЫ** (логическое предложение относительно способа реализации идеи и замысла проекта) – *желательно*.
9. **АНАЛИЗ РЕСУРСОВ** (материально-технических, кадровых, информационных, нормативно – правовых, финансовых и т.д.) проекта.
10. **ФОРМИРОВАНИЕ БЮДЖЕТА ПРОЕКТА.**
11. **СОЗДАНИЕ ПОЭТАПНОГО ПЛАНА РЕАЛИЗАЦИИ ПРОЕКТА.**
12. **ОПИСАНИЕ ИЛИ СОЗДАНИЕ КОНЕЧНОГО ПРОДУКТА ПРОЕКТА** (ожидаемый результат, представляемый в форме: аналитического исследования, методической разработки, научно-исследовательского проекта, печатной рекламы, видеоролика, Интернет-рекламы, сценария мероприятия и т.д.).
13. **ОБОСНОВАНИЕ КРИТЕРИЕВ ОЦЕНКИ ЭФФЕКТИВНОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОЕКТА** (признаки, на основании которых производится оценка эффективности реализации проекта), диагностический инструментарий (средства оценивания результатов реализации проекта).
14. **ПРОГНОЗ ВОЗМОЖНЫХ НЕГАТИВНЫХ ПОСЛЕДСТВИЙ**, способы коррекции, компенсации негативных последствий.
15. **ТЕОРЕТИЧЕСКАЯ БАЗА ПРОЕКТА** (описание использованной литературы и других источников).

Объем введения – 3-5 страниц текста.

**Структура профильного проекта
(научно-исследовательская работа)**

Титульный лист (см Приложение 1) является первой страницей профильного проекта и служит источником информации, для обработки и поиска документа.

Оглавление включает наименование всех частей и параграфов, а также введение, заключение, список использованных источников и литературы, наименование приложений с указанием номеров страниц, с которых начинаются эти элементы профильного проекта.

Введение (см Приложение 2).

Основное содержание. В основном содержании профильного проекта в формате научно-исследовательской работы предусмотрено 2 главы (части), каждая из которых разделена на параграфы.

В первой части *теоретической* происходит работа с категориальным аппаратом, соотнесение используемых терминов с соответствующими научными дисциплинами, научными подходами или социальными практиками. Именно здесь разрабатываются варианты решения изучаемой проблемы на теоретическом уровне.

Во второй части, *практической* презентуется социальный субъект (персона, организация, социальный институт или идея), являющийся объектом эмпирической части исследования. На примере его коммуникативной деятельности и верифицируются теоретические положения, описанные в первой, теоретической части научно-исследовательской работы.

Объем основной части профильного проекта научно-исследовательского типа составляет не менее 30 и не более 35 страниц текста.

Заключение представляет собой описание основных выводов по теоретической и практической части профильного проекта научно-исследовательского типа. Выводы представляют собой идеи, оценки, характеристики и положения, к которым пришел автор, решая поставленные во введении задачи. Таким образом, сколько задач во введении – столько выводов в заключении. Объем заключения 2-3 страницы текста.

Список литературы и источников должен включать не менее 35 наименований.

Приложения (схемы, диаграммы, вопросы анкет, таблицы и проч., уточняющие описываемые в тексте профильного проекта положения).

Структура профильного проекта (практико-ориентированная работа)

Титульный лист (см Приложение 1) является первой страницей профильного проекта и служит источником информации, для обработки и поиска документа.

Оглавление включает наименование всех частей и параграфов, а также введение, заключение, список использованных источников и литературы, наименование приложений с указанием номеров страниц, с которых начинаются эти элементы профильного проекта.

Введение (см Приложение 3).

Основное содержание профильного проекта в формате практико-ориентированной работы составляет описание проектной деятельности. Структурно она соответствует жизненному циклу проекта и состоит из следующих этапов:

1. *аналитический (поисковый) этап,*
2. *стратегический этап,*
3. *внедренческий этап,*
4. *презентационный (итоговый) этап.*

В рамках аналитического (поискового) этапа реализуется система количественных и качественных исследований, заключающихся в обзоре существующей практики по исследуемой теме, поиске возможных вариантов разрешения заявленных противоречий и т.д. Именно здесь происходит оценка существующей ситуации, сложившейся вокруг социального субъекта, чья коммуникативная задача и решается в рамках данного проекта; осуществляется его коммуникационный аудит, формулируется обоснование потребности в проекте, исходя из особенностей целевой аудитории, окружения проекта и его участников, ресурсов, рисков, требований к проекту. В итоге разрабатывается концепция проекта, состоящая из идеи (способа решения проблемы), цели, задач, продукта и результата проекта, а также описания его ресурсов.

На *стратегическом этапе* разрабатывается стратегия реализации концепции проекта. Она должна быть представлена в виде поэтапного плана: описание конкретных действий (форм, способов, технологий) в виде календарного плана и графика работ, систематизированных по логике и времени осуществления. Здесь же описывается медиапланирование, контентпланирование и т.д. При необходимости разрабатываются смета и бюджет проекта, описывается план по формированию команды проекта, ресурсный план (материально-технические, информационные, человеческие ресурсы).

Внедренческий этап представляет собой описание механизма реализации проекта, представленное в виде оперативного планирования проектной деятельности в соответствии с ранее разработанным календарным планом и графиком работ. Здесь могут быть разработаны и представлены документы, отражающие координацию работы проектной команды, контроль за ходом проектных работ, регулирование основных показателей проекта и др.

Презентационный (итоговый этап) содержит описание достигнутых результатов проекта, критериев оценки его эффективности. В случае необходимости – описываются возникшие\возможные негативные последствия после реализации проекта, способы их коррекции, компенсации. Действительная реализация проекта и оценка его эффективности обязательной не являются.

Объем основной части профильного проекта практико-ориентированного типа составляет не менее 30 и не более 35 страниц текста.

Заключение представляет собой описание основных выводов по всем четырем этапам профильного проекта практико-ориентированного типа. Выводы представляют собой идеи, оценки, характеристики и положения, к которым пришел автор, решая поставленные во введении задачи. Таким образом, сколько задач во введении – столько выводов в заключении. Объем заключения 2-3 страницы текста.

Список литературы и источников должен включать не менее 35 наименований.

Приложения (схемы, диаграммы, вопросы анкет, таблицы и проч., уточняющие описываемые в тексте профильного проекта положения).

**Отчет о проверке текста профильного проекта
на соответствие формальным критериям,
на объем и корректность заимствований**

Текст профильного проекта должен соответствовать следующим формальным требованиям:

- текст должен быть набран в формате MS Word;
- шрифт – Times New Roman, размер – 12 пт;
- междустрочный интервал - полуторный;
- поля: сверху и снизу – 2 см., слева–2,5 см., справа – 1,5 см.;
- отступ в начале абзаца – 1,25 см.;
- выравнивание текста абзацев – по ширине.

Текст профильного проекта не должен содержать неправомерных заимствований. Уровень оригинальности текста профильного проекта 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.

Обучающийся проверяет текст профильного проекта на объем и корректность заимствований с использованием одного из двух открытых Web-сервисов: Антиплагиат или ExactusLike. Затем выгружает файл отчета о проверке текста профильного проекта в формате .pdf, предоставленный соответствующим сервисом. Этот отчет вкладывается в полный текст профильного проекта, является обязательным условием допуска работы к публичной защите.

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

ИНДИВИДУАЛЬНОЕ ЗАДАНИЕ

**на Производственную практику: практику по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности
(профильный проект)**

для **ФИО студента**

Учебная группа **№ 202007**

Срок прохождения практики с «01» сентября 2022 г. по «11» января 2023 г.

№	Содержание работ
1.	КАК ПРИМЕР!!! Изучить инструменты создания видео в социальной сети ТикТок.
2.	Составить, согласовать с научным руководителем и запустить опрос «Исследование актуальности продвижения молодежных объединений в социальной сети ТикТок», необходимый для описания актуальности проблемы, посредством Google Forms.
3.	Осуществить сбор, анализ и систематизацию информации, необходимой для написания главы 1.

4.	Подготовить текст главы 1 профильного проекта
5.	Оформить приложения.
6.	Подготовить доклад и электронную презентацию к защите профильного проекта.
7.	Составить и сдать отчет по итогам прохождения практики. (ОБЯЗАТЕЛЬНЫЙ ПУНКТ)

ФИО руководителя практики: **ФИО**

Подпись: _____

Дата: **02.09.2022**

Задание принято к исполнению: _____

03.09.2022 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 Производственной практики: практики по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности
(профильный проект)**

Студентки **ФИО студента**

Учебная группа **№ 202007**

Срок прохождения практики с «01» сентября 2022 г. по «11» января 2023 г.

№ п/п	Вид выполняемой работы	Дата
1	СЮДА вставляем информацию из Содержание работ (см лист выше)!	01.09.22 - 06.09.22
2		Даты ставим так, чтобы все виды деятельности были разбиты по времени со 2 сентября по 11 января!
3		
4		
5		
6		
7		
8		11.01.23

Дата: **01.09.2022** (начала Производственной практики: практики по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности (профильный проект))

Подпись студента _____ **ФИО студента** _____

Руководитель практики от НИ ТГУ: ФИО _____

Подпись: _____

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

ДНЕВНИК
Производственной практики:
практики по получению профессиональных умений
и опыта профессиональной деятельности
(профильный проект)

Студентки **ФИО студ**
Учебная группа **202007**

Направление подготовки «Реклама и связи с общественностью»

Наименование ООП/ОПОП Работа в социальных медиа

Вид практики Производственная практика

Тип практики практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности (профильный проект)

Способ проведения практики стационарная

Место практики кафедра социальных коммуникаций НИ ТГУ

Срок практики с «01» сентября 2022 г. по «11» января 2023 г.

I. ЗАПИСИ О РАБОТЕ, ВЫПОЛНЕННОЙ НА ПРАКТИКЕ

Месяц и число	Краткое содержание выполненных работ	Подпись Руководителя практики
ДАТЫ ставим как в Календарном плане	КОПИРУЕМ из Календарного плана	подпись
	КАК ПРИМЕР!!! Осуществить сбор, анализ и систематизацию информации, необходимой для написания главы 1.	подпись
	Провести контент-анализ социальных сетей Культурно-массовой комиссии ППОС ТГУ.	подпись
	Разработать и осуществить концепцию продвижения Культурно-массовой комиссии в ТикТоке.	подпись
	Составить, согласовать с научным руководителем и запустить опрос «Исследование актуальности продвижения молодежных объединений в социальной сети ТикТок», необходимый для описания актуальности проблемы, посредством Google Forms.	подпись
	Подготовить текст глав 1-3 профильного проекта, оформить приложения.	подпись
	Провести оценку эффективности проекта и подготовить текст главы 4 и заключения.	подпись
	Подготовить доклад и электронную презентацию к защите профильного проекта.	подпись
	Защитить профильный проект перед комиссией.	подпись
	Составить и сдать отчет по итогам прохождения практики.	подпись

II. ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ СЛУШАТЕЛЯ ВО ВРЕМЯ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ:
ПРАКТИКИ ПО ПОЛУЧЕНИЮ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ УМЕНИЙ И ОПЫТА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ
ДЕЯТЕЛЬНОСТИ (ПРОФИЛЬНЫЙ ПРОЕКТ) - ОТ РУКОВОДИТЕЛЯ ПРАКТИКИ

Все работы и виды деятельности в рамках «Производственной практики:
практики по получению профессиональных умений и опыта профессиональной
деятельности (профильный проект)» были реализованы в **полной** мере,
обозначенные в рабочей программе компетенции и индикаторы компетенций
нашли свою реализацию в выполненном профильном проекте.

Руководитель Производственной практики:
практики по получению профессиональных умений
и опыта профессиональной деятельности
(профильный проект) _____

«11» января 2023г.