

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

Факультет психологии

УТВЕРЖДЕНО:

Декан

Д. Ю. Баланев

Рабочая программа практики
Б2.О.01.01(У) Профильные мастерские

Вид практики: **учебная**
Тип практики: **Профильные мастерские**
Направление подготовки / специальность

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль) подготовки/ специализация:
Реклама и связи с общественностью: цифровые и сетевые коммуникации

Форма обучения

Очная

Квалификация

Специалист по рекламе и связям с общественностью

Год приема

2024

СОГЛАСОВАНО:

Руководитель ОП

И.В. Гужова

Председатель УМК

М.А. Подойницина

1. Цель и планируемые результаты

Целью учебной практики является получение обучающимися первичных умений и навыков, направленных на формирование следующих компетенций:

Результаты прохождения практики:

РОБК-2.1. Знает основы и принципы профессиональной этики в соответствующей области профессиональной деятельности.

РОБК-2.2. Умеет проектировать решение профессиональных задач с учетом принципов профессиональной этики.

РОБК-3.1. Знает средства, функции и принципы профессиональной коммуникации.

РОБК-3.2. Умеет выстраивать профессиональную коммуникацию; представлять результаты своей работы с учетом норм и правил, принятых в профессиональном сообществе.

2. Задачи практики

- Научиться выстраивать профессиональную коммуникацию, представлять результаты своей работы с учетом норм и правил, принятых в профессиональном сообществе;
- Освоить этапы и приемы проектирования для решения профессиональных задач с учетом принципов профессиональной этики;
- Познакомится с современными средствами для выстраивания эффективной профессиональной коммуникации.

3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Практика относится к Блоку 2 «Практика».

Практика обязательная для изучения.

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

Третий семестр, зачет

5. Входные требования для освоения дисциплины

Для успешного освоения практики требуются результаты обучения по дисциплинам и практикам: Введение в специальность, Профессиональная этика в PR и рекламе, Профессиональные коммуникации в PR и рекламе, Ознакомительная практика.

6. Способы и формы проведения практики

Практика проводится на базе ТГУ. Способы проведения: стационарная.

Форма проведения: путем чередования с реализацией иных компонентов ОПОП, в соответствии с календарным графиком и учебным планом.

7. Объем и продолжительность практики

Общая трудоемкость практики составляет 3 з.е., 108 ч., в том числе - часы на практическую подготовку согласно учебному плану.

Продолжительность практики составляет 4,5 нед.

Объем самостоятельной работы студента определен учебным планом.

8. Язык реализации

Русский

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.

Мастерская контента занимается написанием PR – текстов (постов, лонгридов), созданием фото- и видеоконтента для социальных сетей кафедры социальных коммуникаций ФП ТГУ/направления «Реклама и связи с общественностью» в ТГУ (VK-сообщества и TG-канала), студенты участвуют в профессиональных конкурсах в сфере социальных коммуникаций.

Имидж-мастерская направлена на формирование персонального имиджа студента как будущего профессионала в сфере рекламы и связей с общественностью, выстраивание стратегии по созданию личного бренда, развивает студентов как экспертов в вопросах профессионального имиджа и личного бренда, студенты участвуют в профессиональных конкурсах в сфере социальных коммуникаций.

Мастерская коммуникативных проектов позволяет студенту сформировать свое академическое и профессиональное портфолио: в научном режиме - создавая научные тексты для участия в конференциях, или в прикладном режиме – предлагая коммуникативные PR и рекламные решения конкретным некоммерческим организациям; студенты также участвуют в профессиональных конкурсах в сфере социальных коммуникаций.

Комьюнити-мастерская осваивает технологии вовлечения, чтобы укреплять офлайн-сообщество направления “Реклама и связи с общественностью”, выстраивает связи с профессиональным сообществом на уровне города и страны, студенты участвуют в профессиональных конкурсах в сфере социальных коммуникаций.

Мастерская EnglishPRoMotion разрабатывает коммуникационные проекты для продвижения программ по направлению подготовки «Реклама и связи с общественностью» ТГУ за рубежом, организывает интернациональные ивенты, ориентирует студентов на расширение границ профессионального общения с помощью английского языка; студенты участвуют в профессиональных конкурсах в сфере социальных коммуникаций.

Мастерская технологий искусственного интеллекта генерирует мультимодальный контент (иммерсивные презентации с использованием AI-технологий, обучающие видео, подкасты или инфографику), которые можно использовать в качестве коммуникационных продуктов в различных коммуникационных проектах ТГУ; студенты участвуют в профессиональных конкурсах в сфере социальных коммуникаций.

Мастерская интуитивного маркетинга осваивает основы маркетинга и маркетинговых исследований через практику, проводит прикладные исследования «по заказу» КСК ФП ТГУ и других структурных подразделений ТГУ; студенты участвуют в профессиональных конкурсах в сфере социальных коммуникаций.

Мастерская коммуникационного дизайна разрабатывает визуальные решения для КСК ФП ТГУ, других структурных подразделений ТГУ, некоммерческих организаций Томска; участвуют в конкурсах в сфере социальной рекламы, дизайна и др.

Мастерская веб-дизайна и seo-копирайтинга занимается поддержанием и наполнением контента сайтов КСК ФП ТГУ, осваивает азы верстки, изучает различные аспекты работы с веб-ресурсом – от разработки дизайн-макетов и SEO-оптимизации до ключевых метрик и аналитики; студенты участвуют в профессиональных конкурсах в сфере социальных коммуникаций.

Количество и профиль мастерских может меняться в очередном учебном году, на это влияет количество обучающихся и текущие коммуникационные задачи кафедры социальных коммуникаций и других структурных подразделений ТГУ.

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. По запросу различных подразделений НИ ТГУ в рамках «Учебной практики: профильные мастерские» студенты принимают участие в различных коммуникационных проектах и мероприятиях. По приглашению руководителей мастерских к студентам приходят профессионалы-практики, в том числе, выпускники ТГУ, делятся опытом, проводят мастер-классы. Также по приглашению руководителей в мастерские приходят представители некоммерческих и коммерческих организаций Томска, обращаются к студентам принять участие в обсуждении своих коммуникативных стратегий. Компании-представители коммуникационной индустрии Томска приглашают студентов мастерских на экскурсии на «производство», проводят для них профессионально-образовательные мероприятия.

10. Формы отчетности по практике

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

- заполненный дневник практики;
- отчет о прохождении практики (по форме, с индивидуальным планом, календарным графиком и подписями, в электронном и печатном виде);
- коммуникационные цифровые продукты, созданные в рамках практики (Приложения к электронному варианту отчета).

11. Организация промежуточной аттестации обучающихся

Зачет в третьем семестре проводится по результатам работы студента в семестре, предоставленным в отчете.

Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации размещены на сайте ТГУ в разделе «Информация об образовательной программе» - <https://www.tsu.ru/sveden/education/eduop/>.

12. Учебно-методическое обеспечение

а) Электронный учебный курс по практике в LMS Томского государственного университета ИДО

б) Оценочные материалы текущего контроля и промежуточной аттестации по практике.

в) Методические указания по подготовке отчета по практике.

13. Перечень рекомендованной литературы и ресурсов сети Интернет

а) основная литература:

1. Анашкина Н.А. Практическая подготовка студентов направления «Реклама и связи с общественностью»: учебное пособие / Анашкина Н.А., Ткаченко О.Н., Шматко М.В.. — Омск : Омский государственный технический университет, 2020. — 156 с. — ISBN 978-5-8149-3179-5. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/115440.html> (дата обращения: 19.08.2024). — Режим доступа: для авторизир. пользователей
2. Васильева Е. В. Дизайн-мышление: методология креативного развития : [учебник для направлений бакалавриата и магистратуры "Экономика", "Маркетинг", "Психология", "Методология научных исследований", "Электронный бизнес", "Интернет-предпринимательство", "Педагогика", "Дизайн цифровых продуктов"] /

- Е. В. Васильева ; Финанс. ун-т при Правит. Рос. Фед.. - Москва: КноРус, 2023. - 559, [1] с.
3. Корниенко В. И.. Командообразование: учебник / В. И. Корниенко.. - Москва : Юрайт, 2023. - 291 с URL: <https://urait.ru/bcode/520204>
 4. Синяева И. М.. Реклама и связи с общественностью : учебник / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, Д. А. Жильцов.. - Москва : Юрайт, 2023. - 552 с URL: <https://urait.ru/bcode/510610>
 5. Чернов А. В. Профессиональные творческие студии: учебное пособие для вузов / А. В. Чернов, М. В. Дворянова. - Москва: Юрайт, 2024. - 118 с - (Высшее образование) URL: <https://urait.ru/bcode/542580>
 6. Хамидулин В. С. Основы проектной деятельности : учебное пособие для вузов / Хамидулин В. С. - 3-е изд., стер. - Санкт-Петербург: Лань, 2023. - 144 с. URL: <https://e.lanbook.com/book/303623>
 7. Хангельдиева И. Г.. Креативные технологии в пространстве современного образования (Опыт переосмысления) : учебное пособие / Хангельдиева И. Г. - 3-е изд., стер. - Санкт-Петербург : Планета музыки, 2024. - 180 с. URL: <https://e.lanbook.com/book/364862>

б) дополнительная литература:

1. Кинг Л. Как разговаривать с кем угодно, когда угодно и где угодно / Ларри Кинг; пер. с англ. Е. Цыпин; ред.: С. Огарева, Н. Казакова ; вып. ред. Н Лауфер. - Москва: Альпина Паблишер, 2022. - 222, [1] с. (НБ)
2. Кульназарова А. В. Цифровые технологии в рекламе и связях с общественностью: учебник / А. В. Кульназарова. — Москва: Ай Пи Ар Медиа, 2023. — 149 с.— Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/128352.html> — Режим доступа: для авторизир. Пользователей
3. Мейер Р. Виртуозное лидерство : как создать собственный репертуар лидерских стилей / Рон Мейер, Рональд Майерс ; пер. с англ. Emporium Linguae ; под науч. ред. Александры Кочетковой; Рос. акад. народного хоз-ва и гос. службы при Президенте Рос. Фед. - Москва: Дело, 2019. - 387, [1] с. (НБ)
4. Пантелеева Т. А. Рекламная деятельность: сборник кейсов для практических занятий: учебное пособие и практикум / Т. А. Пантелеева, К. Л. Анищенко. — Москва: Университет мировых цивилизаций имени В.В. Жириновского, 2023. — 154 с.— Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/133470.html> — Режим доступа: для авторизир. пользователей
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.

в) ресурсы сети Интернет:

- Сайт кафедры социальных коммуникаций. – Режим доступа: <http://ksk.tsu.ru/>
- Sostav.ru - электронный журнал новостей о рекламе и маркетинге – [Электронный ресурс]. – Режим доступа:<https://www.sostav.ru/>
- Журнал «Реклама. Теория и практика» – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://grebennikon.ru/journal-8.html#volume2024-2>
- Портал Ассоциации директоров по коммуникациям и корпоративным медиа России – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.corpmedia.ru>
- Портал Ассоциации коммуникационных агентств России (АКАР) [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.akarussia.ru>
- Портал Российской Ассоциации маркетинговых услуг (РАМУ) - [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.ramu.ru>

- Сайт Advertising Best Collection (ABC Show) - коллекции самых награждаемых видеороликов и печатных работ - победителей ведущих международных рекламных фестивалей. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.abcshow.ru/>
- Сайт Национальной премии в области коммуникаций «Серебряный лучник» – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://luchnik.ru/>

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 OneNote, MS Office Publisher, MS Outlook, MS Office Web Apps (Word Excel MS PowerPoint Outlook);
 - публично доступные облачные технологии (Яндекс диск и т.п.).
 - российская программа для графического дизайна <https://supa.ru/>
 - российская программа для видеомонтажа <https://www.movavika.ru/>
- 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/>
- в) платформы социальных медиа:
 - Вконтакте – российская социальная сеть [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://vk.com>
 - Rutube – российский видеохостинг [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://rutube.ru/>

15. Материально-техническая база проведения практики

Аудитории для проведения встреч руководителей и студентов профильных мастерских, индивидуальных и групповых консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации.

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

Помещения для организации внутриуниверситетских мероприятий, оснащенные мультимедийным, световым и звуковым оборудованием.

Студия для фото- и видеосъемки, оснащенная фотографическим фоном, световыми приборами, звуковым оборудованием, оборудованием для мобильной видеосъемки и видеомонтажа.

16. Информация о разработчиках

Разработчики:

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;

Зеличенко Ю.Л., старший преподаватель кафедры социальных коммуникаций факультета психологии НИ ТГУ.

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