

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(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

Томск – 2024

## **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 ТГ-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 онлайн-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, организовывает международные 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 IDO
- 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.. Командаобразование: 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 On-eNote, 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