

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:
Научно-исследовательская практика

по направлению подготовки

42.04.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль) подготовки:
«Цифровой бренд-менеджмент»

Форма обучения
Очная


Квалификация
Магистр

Год приема
2023

Код практики в учебном плане: Б.2.008.04(Н)

СОГЛАСОВАНО:

Руководитель ОПОП


Д. И. Спичева

Председатель УМК


Э.А. Щеглова

Томск – 2023

1. Цель практики

Целью производственной практики является получение обучающимися профессиональных умений и опыта научно-исследовательской деятельности / работы, направленное на формирование следующих компетенций:

- УК-1. Способность осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, выработать стратегию действий
- ОПК-7. Способность оценивать и прогнозировать возможные эффекты в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности.
- ПК-1. Способность осуществлять научно-исследовательские мероприятия в профессиональной сфере рекламы и связей с общественностью.

2. Задачи практики

- формирование у обучающихся теоретического и методологического представления о содержании и характере научно-исследовательской работы (УК-1);
- развитие у магистрантов способности к самостоятельным теоретическим и практическим суждениям и выводам, умений объективной оценки научной информации, свободы научного поиска и стремления к применению научных знаний в образовательной и профессиональной деятельности (ОПК-7);
- формирование навыков работы с различными научными и информационными источниками, включая новые медиа (ПК-1);
- обеспечение готовности к профессиональному самосовершенствованию, развитию инновационного мышления и творческого потенциала, профессионального мастерства (ПК-1).

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 4, зачет с оценкой.

5. Входные требования для освоения практики

Для успешного освоения практики требуются результаты обучения по следующим дисциплинам: «Философско-научные исследования цифрового сетевого общества», «Менеджмент on-line и off-line компаний по рекламе и связям с общественностью», «Правовое регулирование новых медиа», «Маркетинговые социологические исследования в брендинге», «Социология медиа» (УК-1); «Основы научных исследований в профессиональной сфере», «Событийные коммуникации брендов в интернет», «Правовое регулирование новых медиа», «Педагогическая практика» (ОПК-7); «Интегрированные маркетинговые коммуникации в бренд-менеджменте», «Маркетинговые социологические исследования в брендинге», «Социология медиа», «Производственная практика», «Педагогическая практика», «Преддипломная практика» (ПК-1).

6. Способы и формы проведения практики

Практика проводится на базе ТГУ / на базе профильной организации (МАОУ «Планирование карьеры», ТРОО «Стратегия успеха», «Рекламный дайджест» и др.). Способы проведения: стационарная.

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

7. Объем и продолжительность практики

Объем практики составляет 4 зачётных единицы, 540 часов, из которых:

– лекции: 2 ч.;

– иная контактная работа: 2 ч.

Объем самостоятельной работы студента определен учебным планом.

Практика проводится в форме практической подготовки.

Продолжительность практики составляет 10 недель.

8. Планируемые результаты практики

Результатами прохождения практики являются следующие индикаторы достижения компетенций:

ИУК 1.1. Выявляет проблемную ситуацию, на основе системного подхода осуществляет её многофакторный анализ и диагностику.

ИУК 1.2. Осуществляет поиск, отбор и систематизацию информации для определения альтернативных вариантов стратегических решений в проблемной ситуации.

ИУК 1.3. Предлагает и обосновывает стратегию действий с учетом ограничений, рисков и возможных последствий.

ИОПК 7.1. Умеет описывать проблемы и ситуации в медиасфере, используя язык и аппарат гуманитарных и социальных наук.

ИОПК 7.2. Владеет технологиями личного брендинга.

ИОПК 7.3. Знает основы психологии, владеет техниками взаимодействия с аудиторией (в т.ч. техникой публичного выступления), умеет получать обратную связь в процессе коммуникации.

ИПК 1.1. Имеет опыт проведения исследований академического и проектного типов в коммуникационной сфере (в т.ч. в целях рецензирования и экспертизы научно-методических и учебно-методических материалов, обеспечивающих реализацию программ проф.обучения, СПО и ДПП).

ИПК 1.2. Использует основные концепции и методы социальных, гуманитарных и экономических наук при решении социальных и профессиональных задач, способен анализировать социально значимые проблемы и процессы рекламы и связей с общественностью (в т.ч. для разработки научно-методических и учебно-методических материалов обеспечивающих реализацию программ проф.обучения, СПО и ДПП).

ИПК 1.3. Представляет результаты научных и научно-практических исследований в on- и off-line форматах, в т.ч. и в процессе публичных выступлений (в т.ч. в процессе преподавания).

9. Содержание практики

Этапы практики	Виды работ, связанные с будущей профессиональной деятельностью	Часы всего (в т.ч. контактные)
Ознакомительная часть практики	1. Проведение собрания по организации практики: – знакомство с целями, задачами, требованиями к практике и формами отчетности по практике	2 (2)

	(программой практики); – знакомство с графиком проведения практики; – подготовка дневников практиканта. 2. Оформление дневника практики в части планирования исследовательской деятельности. Согласование планов исследования с научным руководителем, заказчиком (если имеется).	
Основная часть практики	1. Знакомство с правилами внутреннего распорядка и иными локальными нормативными актами ТГУ / профильной организации. 2. Инструктаж по технике безопасности и охране труда, соблюдению правил противопожарной безопасности, санитарно-эпидемиологических правил и гигиенических нормативов в ТГУ / профильной организации. 3. Выбор журнала для публикации, проведение исследования, подготовка и публикация статьи по результатам исследования с учетом тематики магистерской диссертации и проблематики, актуальной для выбранного журнала.	536
Заключительная часть практики	1. Подготовка отчета и подготовка материалов, необходимых для его защиты (презентация, методическая разработка и т.д.). 2. Защита отчета по итогам практики.	2 (2)
	ИТОГО:	540 (536)

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;
- опубликованную или принятую к публикации статью.

11. Организация промежуточной аттестации обучающихся

11.1 Порядок и форма проведения промежуточной аттестации

Промежуточная аттестация проводится в форме зачета с оценкой путем публичной защиты обучающимися индивидуальных отчетов о прохождении практики на итоговом учебном занятии.

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. При выставлении оценки за практику учитывается оценка руководителя практики от НИ ТГУ и от профильной организации (среднее арифметическое).

11.3 Критерии оценивания результатов обучения

Результаты прохождения практики определяются оценками «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

«Отлично» выставляется, если:

- обучающийся знает специфику описания проблемной ситуации, умеет ее анализировать и владеет навыками разработки стратегии действий по решению проблемной ситуации;

- обучающийся знает, как формулировать проблему исследования в медиасфере, умеет создавать личный бренд исследователя в профессиональной практике, владеет навыками презентации результатов своего исследования и применяет их, руководствуясь принципами социальной ответственности;

- обучающийся знает особенности проведения исследований коммуникационной сферы академического и прикладного типов, умеет применять концепции и методы гуманитарных наук для проведения этих исследований, владеет навыками презентации их результатов;

- имеет опубликованную / принятую к публикации статью.

«Хорошо» выставляется, если:

- обучающийся знает специфику описания проблемной ситуации, умеет ее анализировать;

- обучающийся знает, как формулировать проблему исследования в медиасфере, владеет навыками презентации результатов своего исследования и применяет их, руководствуясь принципами социальной ответственности;

- обучающийся знает особенности проведения исследований коммуникационной сферы академического и прикладного типов, умеет применять концепции и методы гуманитарных наук для проведения этих исследований;

- имеет опубликованную / принятую к публикации статью.

«Удовлетворительно» выставляется, если:

- обучающийся знает специфику описания проблемной ситуации;

- обучающийся знает, как формулировать проблему исследования в медиасфере;

- обучающийся знает особенности проведения исследований коммуникационной сферы академического и прикладного типов;

- имеет опубликованную / принятую к публикации статью.

«Неудовлетворительно» выставляется, если:

- обучающийся не знает специфику описания проблемной ситуации;

- обучающийся не знает, как формулировать проблему исследования в медиасфере;

- обучающийся знает особенности проведения исследований коммуникационной сферы академического и прикладного типов;

- не имеет опубликованную / принятую к публикации статью.

12. Учебно-методическое обеспечение

а) Электронный учебный курс по практике в электронном университете «Moodle» - <https://moodle.tsu.ru/course/view.php?id=00000>

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

2. Методология научного познания : учебник для магистров / В. А. Канке. - 2-е изд" стер. - М. : Издательство «Омега-Л», 2014. - 255 с.

3. Методология научного познания : Учеб. пособие для вузов / Г. И. Рузавин. — М.: ЮНИТИ-ДАНА , 2012. — 287 с.

4. Завьялова М. П. Методы научного исследования: учебное пособие. – Томск: Изд-во ТПУ, 2007. – 160 с.

б) дополнительная литература:

5. Кузнецов И. Н. Основы научных исследований : учебное пособие : [для студентов бакалавриата и магистратуры, аспирантов, соискателей]. – М. :

Дашков и К°, 2014. - 282 с.

6. Зверев В. В. Методика научной работы : учебное пособие : [для студентов и слушателей, подготавливающих курсовые работы, доклады, рефераты]. – М. : Проспект , 2016. – 99 с. Дозаказ сделала
7. Кузьменко Г. Н., Отюцкий Г. П. Философия и методология науки : учебник для магистратуры : [для студентов вузов, обучающихся по гуманитарным направлениям и специальностям]. – М. : Юрайт , 2016. – 450 с.
8. Кузнецов П. А. Public Relations. Связи с общественностью для бизнеса: практические приемы и технологии. – М.: Дашков и К°, 2012. - 294 с.
9. NBIC - технологии : инновационная цивилизация XXI века /А. К. Казанцев, В. Н. Киселев, Д. А. Рубвальтер, О. В. Руденский ; под ред. А. К. Казанцева, Д. А. Рубвальтера. – М. : ИНФРА-М , 2015. – 383 с.
10. Дэвис Дж. Дж. Исследования в рекламной деятельности: теория и практика : [пер. с англ.]. – М.[и др.] : Вильямс , 2003. – 858 с.

в) ресурсы сети Интернет:

- открытые онлайн-курсы
- Журнал «Эксперт» - <http://www.expert.ru>
- Официальный сайт E-Library - <https://www.elibrary.ru/defaultx.asp>
- Официальный сайт Киберленинка - <https://cyberleninka.ru/>
- Официальный сайт НБ НИ ТГУ - <https://lib.tsu.ru/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 (Google Docs, Яндекс диск и т.п.).

б) информационные справочные системы:

- 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 лекционного 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

Спичева Дина Ивановна, к.филос.н., доцент, кафедра социальных коммуникаций ФП, НИ ТГУ.