

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ТОМСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

Факультет психологии



УТВЕРЖДАЮ

Декан факультета психологии

Д.Ю. Баланёв

«03» «сентября» 2021 г.

Рабочая программа практики

Учебная практика

(вид практики)

Ознакомительная практика

(тип практики)

Закреплена за кафедрой	<i>социальных коммуникаций</i>
Учебный план	42.04.01. Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль) подготовки «Цифровой бренд-менеджмент»
Форма обучения	<i>очная</i>
Общая трудоёмкость	3 зачетных единицы
Продолжительность	2 недели
Часов по учебному плану, <i>в том числе:</i>	108 часов
<i>аудиторная контактная работа</i>	<i>4 часа</i>
<i>самостоятельная работа</i>	<i>104 часа</i>
Способы проведения практики	<i>стационарная</i>
Форма(ы) проведения практики	<i>непрерывная</i>
Вид(ы) контроля	
<i>зачет</i>	<i>1 семестр</i>

Программу составил: И.В. Гужова, к. филос. н., доцент кафедры социальных коммуникаций факультет психологии НИ ТГУ

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

Рабочая программа практики «Ознакомительная практика» разработана в соответствии с ФГОС ВО / СУОС НИ ТГУ:

Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования – магистратура по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденный приказом Министерства образования и науки РФ от 08.06.2017г. № 528;

Образовательный стандарт ТГУ по направлению подготовки 42.04.01 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.

Рабочая программа одобрена на заседании УМК ФП НИ ТГУ

Протокол №1 от 03.09.2021 г.

1. Цель и задачи практики

Цель «Ознакомительной практики» - формирование установки на целенаправленное личностное и профессиональное развитие путем активного освоения профессионального пространства и готовности к практическим решениям коммуникационных задач потенциального работодателя.

Задачи:

- погружение в контекст профессиональной деятельности и информационно-коммуникативного поля профессии;
- выявление возможных стратегий профессиональной карьеры (академический и практический вектор);
- овладение навыками поиска и систематизации ресурсов информационно-коммуникативного поля профессии и специально-научного коммуникативного пространства;
- формирование навыков стратегического планирования карьеры;
- совершенствование навыков устной деловой коммуникации и самопрезентации в процессе решения профессиональных задач.

2. Место практики в структуре ОПОП

«Ознакомительная практика» (Б 2.0.01.01) является учебной практикой и относится обязательному блоку практик учебного плана образовательной программы.

Логическая и содержательная связь дисциплин, участвующих в формировании представленных компетенций, содержится в представленной ниже таблице

Компетенция (индикатор компетенции)	Пререквизиты	Постреквизиты
УК-6. Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки УК-6.1 ИУК 6.1. Определяет приоритеты своей деятельности и разрабатывает стратегию личностного и профессионального развития на основе соотнесения собственных целей и возможностей с развитием избранной сферы УК-6.2 ИУК 6.2. Реализует и корректирует стратегию личностного и профессионального развития на основе самооценки	«Антропология и семиотика цифровых коммуникаций», «Интегрированные маркетинговые коммуникации в бренд-менеджменте»	Подготовка к процедуре защиты и защита ВКР
ОПК-2. Способен анализировать основные тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых	«Философско-научные исследования цифрового сетевого сообщества», «Менеджмент on и off-line кампаний по рекламе и связям с	«Технологии управления общественным мнением в новых медиа», «Социальные медиа»,

<p>медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах</p> <p>ОПК-2.1 ИОПК - 2.1. Понимает систему общественных и государственных институтов и умеет выстраивать с ними коммуникацию.</p> <p>ОПК-2.2 ИОПК - 2.2. Умеет ставить цели, задачи исследования бренда, планировать аналитическую деятельность с учетом знаний общественных наук и актуальных вопросов современного общества.</p> <p>ОПК-2.3 ИОПК - 2.3. Владеет навыками работы со специализированным программным обеспечением для обработки и представления данных.</p>	<p>общественностью»</p>	<p>Подготовка к процедуре защиты и защита ВКР</p>
<p>ПК-5 Способен к технической обработке и размещению контента на интернет-площадках (на сайте, в соцсетях, в электронной рассылке).</p> <p>данных с помощью текстовых, графических, видео и фоторедакторов, обладает навыками форматирования разного типа контента, работы с базами данных; поддерживает процессы модернизации и продвижения сайта.</p> <p>ИПК 5.2. Создает и редактирует информационные, PR и рекламные материалы для печатных и электронных информационных ресурсов.</p> <p>ИПК 5.3. Осуществляет публикацию и редактирование контента, комьюнити-менеджмент (в т.ч. на сайте и в социальных сетях) в соответствии с информационными потребностями посетителей сайта и других стейкхолдеров.</p>	<p>«Рекламные и PR-тексты как инструменты бренд-менеджмента»</p>	<p>Преддипломная практика, Подготовка к процедуре защиты и защита ВКР</p>

3. Перечень планируемых результатов обучения при прохождении практики, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Таблица 1.

Компетенция	Индикатор компетенции	Код и наименование результатов обучения (планируемые результаты обучения по практике, характеризующие этапы формирования компетенций)
<p>УК-6 Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки</p>	<p>УК-6.1 ИУК 6.1. Определяет приоритеты своей деятельности и разрабатывает стратегию личностного и профессионального развития на основе соотнесения собственных целей и возможностей с развитием избранной сферы</p> <p>УК-6.2 ИУК 6.2. Реализует и корректирует стратегию личностного и профессионального развития на основе самооценки</p>	<p>РО - ИУК 6.1. –</p> <p>6.1.1- осознает необходимость постоянного личностного и профессионального развития</p> <p>6.1.2 - умеет соотносить собственные цели и возможности с трендами и вызовами сферы рекламных и PR-коммуникаций</p> <p>6.1.3 - владеет навыками разработки стратегии личностного и профессионального развития на основе соотнесения собственных целей и возможностей с развитием избранной сферы</p> <p>РО - ИУК 6.2. –</p> <p>6.2.1 – знает о важности самооценки при реализации стратегии личностного и профессионального развития</p> <p>6.2.2 – умеет реализовывать стратегию личностного и профессионального развития на основе самооценки</p> <p>6.2.3 – владеет навыками самооценки при корректировке стратегии личностного и профессионального развития</p>
<p>ОПК-2. Способен анализировать основные тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или)</p>	<p>ОПК-2.1 ИОПК - 2.1. Понимает систему общественных и государственных институтов и умеет выстраивать с ними коммуникацию.</p> <p>ОПК-2.2 ИОПК - 2.2.</p>	<p>РО – ИОПК 2.1.</p> <p>2.1.1 - знает систему общественных и государственных институтов</p> <p>2.1.2 - умеет планировать коммуникацию с общественными и государственными институтами</p> <p>2.1.3 - владеет навыками устной и письменной коммуникации для выстраивания взаимодействия с общественными и государственными институтами</p>

<p>медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах</p>	<p>Умеет ставить цели, задачи исследования бренда, планировать аналитическую деятельность с учетом знаний общественных наук и актуальных вопросов современного общества.</p> <p>ОПК-2.3 ИОПК - 2.3. Владеет навыками работы со специализированным программным обеспечением для обработки и представления данных.</p>	<p>РО – ИОПК 2.2.</p> <p>2.2.1 – осознает важность исследовательской, аналитической деятельности в процессе разработки коммуникационного продукта</p> <p>2.2.2 – умеет планировать исследование, аналитическую деятельность</p> <p>2.2.3 – владеет простыми методами аналитической деятельности и исследований онлайн</p> <p>РО - ИОПК-2.3</p> <p>2.3.1 - знает современные способы обработки и предоставления данных</p> <p>2.3.2 - умеет находить доступное программное обеспечение для обработки и предоставления данных</p> <p>2.3.3 - владеет навыками обработки и представления данных с использованием доступных специализированных программ</p>
<p>ПК-5 Способен к технической обработке и размещению контента на интернет-площадках (на сайте, в соцсетях, в электронной рассылке).</p>	<p>ИПК 5.1. Владеет разными способами поиска информации, ввода и обработки цифровых данных с помощью текстовых, графических, видео и фоторедакторов, обладает навыками форматирования разного типа контента, работы с базами данных; поддерживает процессы модернизации и продвижения сайта.</p> <p>ИПК 5.2. Создает и редактирует информационные, PR и рекламные материалы для печатных и электронных информационных ресурсов.</p>	<p>РО- ИПК 5.1.</p> <p>5.1.1. -знает различные способы поиска информации;</p> <p>5.1.2 - умеет вводить и обрабатывать цифровые данные с помощью текстовых, графических видео и фоторедакторов;</p> <p>5.1.2 - владеет базовыми навыками форматирования контента, работы с информационными базами данных;</p> <p>РО – ИПК 5.2.</p> <p>5.2.1 - знает основные виды информационных, PR и рекламных материалов;</p> <p>5.2.2 - умеет выбирать соответствующий коммуникационным задачам вид информационных, PR и рекламных материалов;</p> <p>5.2.3 - владеет навыками создания и редактирования электронных презентаций и</p>

	<p>ИПК 5.3. Осуществляет публикацию и редактирование контента, комьюнити-менеджмент (в т.ч. на сайте и в социальных сетях) в соответствии с информационными потребностями посетителей сайта и других стейкхолдеров.</p>	<p>простых дизайн-макетов; РО –ИПК 5.3 5.3.1. - знает основные принципы комьюнити-менеджмента (в т.ч. на сайте и в социальных сетях) 5.3.2 - умеет реализовывать комьюнити-менеджмент в соответствии с информационными потребностями посетителей сайта и других стейкхолдеров. 5.3.3 - владеет навыками публикации и редактирования контента на сайте и в социальных сетях</p>
--	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

4. Содержание практики

№ п/п	Разделы (этапы) практики, содержание	Количество часов			Формы текущего контроля
		Контактная работа	СРС	Всего	
1	Подготовительный этап	2	14	16	Согласование индивидуального задания с руководителем практики
2	Исследовательский этап		20	20	Заполнение дневника практики
3	Стратегический этап		30	30	Заполнение дневника практики
4	Этап реализации		20	20	Заполнение дневника практики
5	Этап оценки эффективности и самооценки	2	20	22	Письменный отчет
6	Промежуточная аттестация				Зачет
	Всего	4	104	108	

5. Форма отчетности по практике

Формой отчетности по «Ознакомительной практике» являются письменный отчет по форме (см. Фонд оценочных средств, Приложение 2), который включает индивидуальное задание и дневник практики. Отчет заполняется в соответствии с установленным шаблоном, сдаются в электронном и печатном виде. Указываются актуальные сроки практики, содержание работ на разных этапах практики, выводы магистранта по итогам прохождения практики (включая самооценку). Приложение к отчету может содержать

документы, тексты, скрины, ссылки на базы данных, медиапродукты или коммуникационные продукты, созданные магистрантом в период прохождения практики.

6. Методические указания обучающимся по прохождению практики

В установленные учебным планом сроки «Ознакомительной практики» у магистрантов нет учебных занятий, но они обязаны находиться в городе и посещать все запланированные руководителем практики (назначенный ответственным за практику преподаватель кафедры социальных коммуникаций) встречи и мероприятия. В первый день практики происходит организационная встреча с магистрантами, где руководитель объясняет суть, содержание и форму отчетности по практике. Далее в индивидуальном режиме магистранты составляют совместно с руководителем практики индивидуальные задания, с которыми магистранты расходятся для дальнейшей реализации намеченных работ. В течение двух недель практики **магистранты обращаются к руководителю за консультацией, планируют, обсуждают с ним ход исследовательских или практических мероприятий, ведут дневник практики** (см. Фонд оценочных средств, Приложение 1). В заключительный день практики магистранты **сдают отчет по практике в электронном и печатном варианте** (см. Фонд оценочных средств, Приложение 2), получают оценку руководителя за практику. Электронные варианты отчета по практике магистранты **загружают в Moodle** в ЭУК «Ознакомительная практика» в элемент «Зачет». Печатные варианты отчетов подписываются магистрантом, научным руководителем и руководителем практики от НИ ТГУ, хранятся в архиве кафедры социальных коммуникаций. В установленные зачетной неделей сроки руководитель практики проставляет отметку о зачете в зачетную книжку магистранта и заполняет ведомость.

7. Перечень учебной литературы и ресурсов сети «Интернет», необходимых для проведения практики

1. Электронно-библиотечная система Национального исследовательского Томского государственного университета [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.lib.tsu.ru/ru>
2. Сайт НИ ТГУ. Учебное управление. Материалы по организации учебного процесса - Режим доступа: http://www.tsu.ru/education/upr/materialy_po_organizatsii_uchebnogo_protsesta.php
3. Сайт НИ ТГУ. Учебное управление. ФГОС 42.04.01 Реклама и связи с общественностью (уровень магистратуры) - Режим доступа: <http://www.tsu.ru/upload/medialibrary/2de/42.04.01-reklama-i-svuyazi-s-obshchestvennostyu.pdf>
4. 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. (есть в НБ)
5. «Ловцы человек» или социальные сети в медиа, бизнесе, рукрутинге и образовании. Электронный ресурс: массовый открытый онлайн-курс, А.П. Гдухов, Г.А. Окушова, Ю.М. Стаховская: Том. гос.ун-т, 2015 – Режим доступа: <http://vital.lib.tsu.ru/vital/access/manager/Repository/vtls:000538190>

6. Сайт кафедры социальных коммуникаций. – Режим доступа: <http://ksk.tsu.ru/>
7. 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. (есть в НБ)

8. Перечень информационных технологий, используемых при проведении практики, включая перечень программного обеспечения и информационно-справочных систем (при необходимости)

При прохождении «Ознакомительной практики» может понадобиться следующее ПО:

1. Microsoft Windows 10
2. Windows Professional 7 Academic Open
3. Microsoft Office Professional Plus 2013
4. Windows 7 professional 64 bit
5. Microsoft Office 2010
6. Mozilla Firefox
7. Google Chrome
8. Moodle

9. Описание материально-технической базы, необходимой для проведения практики

1. Компьютеры с выходом в Интернет (для самостоятельной работы студентов)