

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

**Профессионально-творческая практика
(профильный проект)**

по направлению подготовки

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль) подготовки:
Работа с социальными медиа

Форма обучения
Очная

Квалификация
Бакалавр

Год приема
2023

Код дисциплины в учебном плане: Б2.О.02.01(П)

СОГЛАСОВАНО:

Руководитель ОП

 И.П. Кужелева-Саган

Председатель УМК

 Э.А. Щеглова

Томск – 2023

1. Цель практики

Целью производственной практики «Профессионально-творческая практика (профильный проект)» является получение обучающимися первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности, направленное на формирование следующих компетенций:

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;

ОПК-3. Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов;

ОПК-5. Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования;

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 оптимизации и адаптации 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.

2. Задачи практики

- Сформировать навыки проведения критического анализа различных источников информации (эмпирической, теоретической);
- сформировать навыки написания научных текстов и аналитических записок, имеющие ценность для социума или конкретного медиаресурса;
- научить 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;
- сформировать навыки поисковой оптимизации и адаптации текстовых материалов, учитывая специфику их стиля;
- приобрести опыт работы с текстовыми и графическими редакторами, с агрегаторами новостей, электронными подписками.

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 5,6; зачет, зачет с оценкой.

5. Входные требования для освоения практики

Для успешного освоения практики требуются результаты обучения по следующим дисциплинам: Психология личности, Правоведение, Экономика, Профессиональные стандарты в PR и рекламе: профессиональная этика, Стилистические особенности русского языка, Политология, Правовое регулирование в PR и рекламе, Культурология, Работа с текстами в PR и рекламе, Письменные коммуникации, Основы менеджмента, Основы маркетинга, Искусство продаж, Технологии управления общественным мнением, Введение в имиджелогиию, Практическая журналистика и редактирование, Научный PR, Организация и проведение рекламных кампаний, Семиотика рекламы и связей с общественностью, Кризисные коммуникации, Организация работы отделов по связям с общественностью и рекламы, Технологии разработки рекламного продукта в digital-среде, SMM-кампания: цели, стратегия, алгоритм, SMM-активности, Информационная работа в кризисных условиях, Сетевые сообщества и субкультуры, Социальные медиа, "Ловцы человекoв" или социальные сети в медиа, бизнесе, рекрутинге и образовании, Нейминг: технологии разработки, оценка эффективности, Дизайн в PR и рекламе, Основы компьютерного дизайна: практикум.

Практика организационно-методически и содержательно связана с Преддипломной практикой, Производственной практикой, Подготовкой к сдаче и сдачей государственного экзамена, Подготовкой к процедуре защиты и защитой выпускной квалификационной работы.

6. Способы и формы проведения практики

Практика проводится на базе ТГУ. Способы проведения: стационарная.

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

7. Объем и продолжительность практики

Объем практики составляет 9 зачётных единицы, 324 часа, из которых:

– контактная работа: 68 ч.

в том числе практическая подготовка: 256 ч.

Объем самостоятельной работы студента определен учебным планом.

Практика проводится в форме практической подготовки.

Продолжительность практики составляет 42 недели.

8. Планируемые результаты практики

Результатами прохождения практики являются следующие индикаторы достижения компетенций:

ИУК-2.1. Формулирует совокупность взаимосвязанных задач в рамках поставленной цели работы, обеспечивающих ее достижение;

ИУК-2.3. Решает конкретные задачи (исследования, проекта, деятельности) за установленное время;

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

ИОПК-3.3. Способен при разработке идеи, концепта, содержания и структуры медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов) использовать интертекст, ассоциативные отсылки к культурным объектам и знакам отечественной и мировой культуры;

ИОПК-5.2. Демонстрирует понимание электронно-сетевоего характера медиакommunikационных систем региона, страны и мира;

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;

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;

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;

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

9. Содержание практики

Этапы практики	Виды работ, связанные с будущей профессиональной деятельностью	Часы всего (в т.ч. контактные)
1. Организационный	<p>1. Проведение собрания по организации практики: – знакомство с целями, задачами, требованиями к практике и формами отчетности по практике (программой практики); – знакомство с графиком проведения практики; – подготовка дневников практиканта.</p> <p>2. Знакомство с правилами внутреннего распорядка и иными локальными нормативными актами ТГУ.</p> <p>3. Инструктаж по технике безопасности и охране труда, соблюдению правил противопожарной безопасности, санитарно-эпидемиологических правил и гигиенических нормативов в ТГУ.</p>	8 (4)
2. Подготовительный этап	<p>Согласование индивидуального задания с руководителем практики. ОР-ИУК-2.1. ОР-ИПК-4.3.</p>	12 (8)
3. Основной этап	<p>Написание аналитической, научной или обзорной части профильного проекта в первом семестре и заключительного во втором семестре, в рамках исследуемой области. Заполнение отчета по практике. ОР-ИУК-6.3 ОР-ИПК-1.2. ОР-ИПК-3.1. ОР-ИПК-4.3. ОР-ИОПК-3.3. ОР-ИОПК-5.2.</p>	204 (24)
4. Завершающий этап	<p>ОР-ИУК-2.3 ОР-ИПК-1.2. ОР-ИПК-3.1. ОР-ИПК-4.3. ОР-ИПК-5.1 ОР-ИУК-6.3 ОР-ИОПК-3.3. ОР-ИОПК-5.2.</p>	82 (20)
5. Промежуточная аттестация	<p>Защита результатов практики. Зачет с оценкой. ОР-ИУК-2.1. ОР-ИУК-2.3 ОР-ИУК-6.3</p>	18 (12)

	ОР-ИПК-1.2. ОР-ИПК-3.1. ОР-ИПК-4.3. ОР-ИПК-5.1 ОР-ИОПК-3.3. ОР-ИОПК-5.2.	
	ИТОГО:	324 (68)

10. Формы отчетности по практике

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

- текст профильного проекта в электронном и печатном виде;
- отчет о прохождении практики (по форме, с индивидуальным планом, календарным графиком и подписями);
- скрин антиплагиата (не менее 85% уникальности текста).

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 перед комиссией из не менее трех научно-педагогических работников, включая руководителя практики от ТГУ.

11.2 Процедура оценивания результатов обучения

Оценка сформированности результатов обучения осуществляется руководителем практики и комиссией на основе анализа предоставленных отчетных документов, выступления обучающегося и его ответов на вопросы.

11.3 Критерии оценивания результатов обучения

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

Критерии оценки устной защиты итоговой работы/отчета:

Оценка «отлично» выставляется обучающемуся, усвоившему программный материал, исчерпывающе, грамотно и логически стройно его излагающему. При этом обучающийся не затрудняется с ответом на дополнительный вопрос, проявляет знакомство с монографической литературой, правильно обосновывает принятые решения, делает собственные выводы. Материал проанализирован полно и детально, представлены собственные аналитические выкладки, аргументы, рекомендации. Визуализация материала соотносится с основным содержанием и позитивно влияет на восприятие информации. В работе присутствуют собственные выводы, рекомендации и предложения. Отчет выполнен по форме и предоставлен в срок.

Оценка «хорошо» выставляется обучающемуся, твердо знающему программный материал, грамотно и по существу излагающего его, без существенных неточностей в ответе на вопрос, но не в полной мере способного аргументировать собственные выводы. Кейс проанализирован на достаточно хорошем уровне, но требует уточнения по некоторым пунктам; представлены собственные аналитические выкладки, аргументы, рекомендации, но изложенные недостаточно полно. Визуализация материала соотносится с основным содержанием. В статье частично присутствуют собственные выводы, рекомендации и предложения, но есть вопросы по некоторым пунктам аналитической работы. Отчет выполнен по форме, но с погрешностями и предоставлен в срок.

Оценка «удовлетворительно» выставляется обучающемуся, который имеет знания только основного материала, но не усвоил его детали, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушения последовательности в изложении материала и испытывает трудности в выполнении практических заданий. Материал проанализирован частично, очень кратко представлены собственные аналитические выкладки, аргументы, рекомендации. Визуализация материала не отличается достаточной креативностью. В работе

лишь частично присутствуют собственные выводы, нет аргументированных рекомендаций и предложений. Отчет выполнен по форме, но с погрешностями и предоставлен с опозданием.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется обучающемуся, который не усвоил значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, не умеет аргументировать собственный ответ. Материал проанализирован очень поверхностно, нет аналитические выводов, собственных аргументов и рекомендаций. Отсутствует визуализация материала. В статье полностью отсутствуют собственные выводы, рекомендации и предложения. Отчет выполнен не по форме и/или не предоставлен в срок.

12. Учебно-методическое обеспечение

- а) Электронный учебный курс по практике в электронном университете «Moodle» -
- б) Оценочные материалы текущего контроля и промежуточной аттестации по практике.
- в) Методические указания по подготовке отчета по практике.
- г) Методические указания по организации самостоятельной работы студентов.

13. Перечень рекомендованной литературы и ресурсов 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.: РИОРИНФРА-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) ресурсы сети Интернет:

- открытые онлайн-курсы
- Журнал «Эксперт» - <http://www.expert.ru>
- Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики РФ - www.gsk.ru
- Официальный сайт Всемирного банка - www.worldbank.org
- библиотечные ресурсы
- Scopus - База данных научных рефератов и цитирования – [Электронный ресурс].
- Режим доступа: <http://www.elsevierscience.ru/products/scopus/>

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 (Google Docs, Яндекс диск и т.п.).

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/>

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

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; Шамсудинова 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.филос.н., профессор, заведующая кафедрой социальных коммуникаций факультета психологии НИ ТГУ