

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 работа

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: Б2.О.08.01(Н)

СОГЛАСОВАНО:

Руководитель ОПОП

 Д. И. Спичева

Председатель УМК

 Э.А. Щеглова

1. Цель практики

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

- УК-4 – способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном языке, для академического и профессионального взаимодействия;
- ОПК-3 – способен анализировать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов;
- ПК-2 – способен к разработке коммуникационной стратегии.

2. Задачи практики

- применение теоретических знаний о современных коммуникативных технологиях, в том числе на иностранном языке, для академического и профессионального взаимодействия
- развитие навыков анализа многообразия достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов;
- приобретение опыта разработки коммуникационной стратегии;

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 2, зачет.

Семестр 3, 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», «Антропология и семиотика цифровых коммуникаций», «Менеджмент on-line и off-line кампаний по рекламе и связям с общественностью», «Интегрированные маркетинговые коммуникации в бренд-менеджменте», «Деловые коммуникации в PR и рекламе * Business communications in PR and advertising», «Основы межкультурной деловой коммуникации on-line и off-line * Intercultural business communication», «Правовое регулирование новых медиа», «Бренд города: лучшие мировые практики», «Маркетинговые социологические исследования в брендинге», «Имидж и бренд: инструменты управления цифровым репутационным капиталом», «Цифровой маркетинг и социальные сети».

6. Способы и формы проведения практики

Практика проводится на базе ТГУ. Способы проведения: стационарная.

Форма проведения: непрерывно.

7. Объем и продолжительность практики

Объем практики:

во 2 семестре 3 зачётных единицы, 108 часов, из которых:

- контактная работа: 4ч.

Объем самостоятельной работы студента определен учебным планом.

Практика проводится в форме практической подготовки.

Продолжительность практики составляет 2 недели.

в 3 семестре составляет 9 зачётных единицы, 324 часа, из которых:
 – контактная работа: 4 ч.
 Объем самостоятельной работы студента определен учебным планом.
 Практика проводится в форме практической подготовки.
 Продолжительность практики составляет 6 недель.

8. Планируемые результаты практики

Результатами прохождения практики являются следующие индикаторы достижения компетенций:

ИУК-4.1. Обосновывает выбор актуальных коммуникативных технологий для обеспечения академического и профессионального взаимодействия;

ИУК-4.2. Применяет современные средства коммуникации в процессе академического и профессионального взаимодействия, в том числе на иностранном языке;

ИУК-4.3. Оценивает эффективность применения современных коммуникативных технологий в академическом и профессиональном взаимодействиях.

ИОПК-3.1 Применяет социокультурный анализ, определяет коммуникационные цели, задачи, основные тезисы коммуникационной кампании, адекватные тому или иному социокультурному контексту.

ИОПК-3.2 Определяет релевантные способы создания медиатекстов, медиа и коммуникационных продуктов для управления брендом, в т.ч. на иностранном языке.

ИОПК-3.3 Интегрирует коммуникационную стратегию в существующий социокультурный контекст сообщества, организации, территории и т.д.

ИПК-2.1 Умеет анализировать коммуникационную среду, прогнозировать общественное мнение для реализации эффективной стратегии коммуникации бренда (в т.ч. в целях контроля качества коммуникационной деятельности).

ИПК-2.2 Способен к разработке концепции сетевого коммуникационного ресурса: сайта, аккаунта в соцсетях, электронной рассылки (в т.ч. в формате учебно-методического обеспечения реализации учебных курсов)

ИПК-2.3 Умеет выстраивать стратегию коммуникации с профессиональными сообществами, экспертами, аналитиками, конкурентами, партнёрами, СМИ и другими стейкхолдерами, представляющими инфраструктуру рынка (в том числе в целях преподавания, организации научно-исследовательской, проектной, учебно-профессиональной деятельности).

9. Содержание практики

Этапы практики	Виды работ, связанные с будущей профессиональной деятельностью	Часы всего (в т.ч. контактные)
2 семестр		
1. Организационный	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; – согласование с научным руководителем индивидуального задания (форма в Дневнике практики) на период научно-исследовательской работы в соответствии с темой ВКР: обоснованный выбор типа ВКР и экспликация предмета исследования - рекламные и PR-	2 (1)

	коммуникации, написание введение ВКР в рамках академического и профессионального взаимодействия.	
2. Ознакомительный	1. Знакомство с правилами внутреннего распорядка и иными локальными нормативными актами ТГУ. 2. Инструктаж по технике безопасности и охране труда, соблюдению правил противопожарной безопасности, санитарно-эпидемиологических правил и гигиенических нормативов в ТГУ	2 (1)
3. Исследовательский (академический или проектный в зависимости от типа ВКР)	1. Анализ и систематизация информации по предмету исследования – рекламной и PR-коммуникации – с целью обоснования выбора актуальных коммуникативных технологий для обеспечения академического и профессионального взаимодействия (ИУК-4.1.) 2. Определение степени теоретической и прикладной разработанности темы ВКР с помощью современных средств коммуникации в процессе академического и профессионального взаимодействия, в том числе на иностранном языке (ИУК-4.2.) 3. Формулирование проблемы исследования, объекта и предмета, цели, задач, гипотезы, оценка эффективности применения современных коммуникативных технологий в академическом и профессиональном взаимодействиях (ИУК-4.3.) 4. Определение научных подходов (системного, междисциплинарного и др.) и методологических уровней исследования; применение социокультурного анализа и определение основных элементов коммуникационной кампании, адекватных тому или иному социокультурному контексту (ИОПК-3.1.).	100 (1)
4. Заключительный	1. Подготовка отчета и подготовка материалов, необходимых для его защиты (презентация, введение к ВКР со списком литературы). 2. Защита отчета по итогам практики.	4 (1)
	ИТОГО:	108 (4)
3 семестр		
1. Организационный	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 – согласование с научным руководителем индивидуального задания (форма в Дневнике практики) на период научно-исследовательской работы в соответствии с темой ВКР: написание теоретической части ВКР и частично практической части ВКР согласно предмету	2 (1)

	исследования - рекламные и PR-коммуникации в рамках академического и профессионального взаимодействия.	
2. Ознакомительный	<p>1. Знакомство с правилами внутреннего распорядка и иными локальными нормативными актами ТГУ.</p> <p>2. Инструктаж по технике безопасности и охране труда, соблюдению правил противопожарной безопасности, санитарно-эпидемиологических правил и гигиенических нормативов в ТГУ</p>	2 (1)
3. Исследовательский (академический или проектный в зависимости от типа ВКР)	<p>1. Актуализация информации по предмету исследования – рекламной и PR-коммуникации – с целью обоснования выбора актуальных коммуникативных технологий для обеспечения академического и профессионального взаимодействия (ИУК-4.1.)</p> <p>2. Уточнение степени теоретической и прикладной разработанности темы ВКР с помощью современных средств коммуникации в процессе академического и профессионального взаимодействия, в том числе на иностранном языке (ИУК-4.2.)</p> <p>3. Экспликация проблемы исследования, объекта и предмета, цели, задач, гипотезы, оценка эффективности применения современных коммуникативных технологий в академическом и профессиональном взаимодействиях (ИУК-4.3.)</p> <p>4. Обоснование научных подходов (системного, междисциплинарного и др.) и методологических уровней исследования; применение социокультурного анализа и определение основных элементов коммуникационной кампании, адекватных тому или иному социокультурному контексту (ИОПК-3.1.);</p> <p>5. Определение в рамках исследования ВКР релевантных способов создания медиатекстов, медиа и коммуникационных продуктов для управления брендом, в т.ч. на иностранном языке (ИОПК-3.2.);</p> <p>6. Отбор теоретических, практических и проектных методов исследования, интеграция коммуникационной стратегии в существующий социокультурный контекст сообщества, организации, территории и т.д. (ИОПК-3.3);</p> <p>7. Анализ коммуникационной среды, прогнозирование общественного мнения для реализации эффективной стратегии коммуникации бренда (в т.ч. в целях контроля качества коммуникационной деятельности) (ИПК-2.1);</p> <p>8. Разработка концепции сетевого коммуникационного ресурса: сайта, аккаунта в соцсетях, электронной рассылки (в т.ч. в формате</p>	316 (1)

	учебно-методического обеспечения реализации учебных курсов) (ИПК-2.2); 9. Выстраивание стратегии коммуникации с профессиональными сообществами, экспертами, аналитиками, конкурентами, партнёрами, СМИ и другими стейкхолдерами, представляющими инфраструктуру рынка (в том числе в целях преподавания, организации научно-исследовательской, проектной, учебно-профессиональной деятельности (ИПК-2.3).	
4. Заключительный	1. Подготовка отчета и подготовка материалов, необходимых для его защиты (презентация, введение ВКР, теоретическая и частично практическая части ВКР). 2. Защита отчета по итогам практики.	4 (1)
	ИТОГО:	324 (4)

10. Формы отчетности по практике

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

2 семестр:

- заполненный дневник практики, в том числе индивидуальное задание, график выполнения и др.;
- отчет о прохождении практики с приложением текста введения ВКР, оформленного в соответствии с требованиями по оформлению ВКР.

3 семестр:

- заполненный дневник практики, в том числе индивидуальное задание, график выполнения и др.;
- отчет о прохождении практики с приложением текста теоретической части ВКР и частично практической части ВКР, оформленной в соответствии с требованиями по оформлению ВКР.

11. Организация промежуточной аттестации обучающихся

11.1 Порядок и форма проведения промежуточной аттестации

2 семестр: промежуточная аттестация проводится в форме зачета 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.

3 семестр: 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 (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:

2 семестр: «зачтено», «незачтено».

3 семестр: «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

Критерии оценки: оценка «зачтено» 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 литературой, правильно обосновывает принятые решения, делает собственные выводы. Оценка «не зачтено» выставляется обучающемуся, который не усвоил значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, не умеет аргументировать собственный ответ.

Критерии оценки: 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 литературой, правильно обосновывает принятые решения, делает собственные выводы.

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.

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.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется обучающемуся, который не усвоил значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, не умеет аргументировать собственный ответ.

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. Кузьмина О. Г. Бренд-менеджмент: учебное пособие. – М.: Издательский Центр РИОР, 2022. - 176 с. URL: <https://znanium.com/catalog/document?id=392058>
 2. Чумиков А. Н. Управление коммуникациями: учебник: [для студентов бакалавриата и магистратуры, обучающихся по направлениям подготовки "Реклама и связи с общественностью", "Журналистика и медиакоммуникации"] / А. Н. Чумиков, М. П. Бочаров. - Москва : Дашков и К°, 2022. - 543 с.: ил., табл.. URL: <https://www.lib.tsu.ru/limit/2023/000900683/000900683.pdf>
 3. Чумиков А. Н. Государственный PR: связи с общественностью для государственных организаций и проектов: Учебник / Институт социологии Российской академии наук. - 3, перераб. и доп.. - Москва : ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2022. - 343 с.. URL: <https://znanium.com/catalog/document?id=414314>
 4. Шкляр М. Ф. Основы научных исследований: учебное пособие / М. Ф. Шкляр. - 6-е изд. - Москва: Дашков и К°, 2018. - 206, [1] с.
- б) дополнительная литература:
 1. Кузнецов И. Н. Основы научных исследований: учебное пособие: [для студентов бакалавриата и магистратуры, аспирантов, соискателей]. – М.: Дашков и К°, 2014. - 282 с.

2. Кужелева-Саган И.П. Научное знание о связях с общественностью (PR): Философский анализ. – М.: Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2011. – 464с.
3. Кузьменко Г. Н., Отыцкий Г. П. Философия и методология науки: учебник для магистратуры: [для студентов вузов, обучающихся по гуманитарным направлениям и специальностям]. – М.: Юрайт, 2016. – 450 с.
4. 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.
5. Чумиков А. Н. Реклама и связи с общественностью: профессиональные компетенции : учебное пособие : [для студентов, аспирантов, преподавателей, прикладных специалистов в области рекламы и связей с общественностью] / А. Н. Чумиков, М. П. Бочаров, С. А. Самойленко ; Рос. акад. нар. хоз-ва и гос. службы при Президенте Рос. Фед.. - Москва: Издательский дом "Дело", 2016. - 518, [1] с.

в) ресурсы сети Интернет:

1. База данных Ассоциации директоров по коммуникациям и корпоративным медиа России – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.corpmedia.ru/>
2. База данных Ассоциации коммуникационных агентств России (АКАР) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.akarussia.ru/node/5025>
3. База данных Интернет-сообщества профессиональных менеджеров [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.e-xecutive.ru>
4. База данных национальной платформы открытого образования [Электронный ресурс]. URL: <https://openedu.ru/course/>
5. База данных Российской Ассоциации маркетинговых услуг (РАМУ) - [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.ramu.ru/ramu-program.php>
6. Информационно-справочные материалы компании «Михайлов и партнеры. Стратегические коммуникации». – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.mikh-partn.ru>
7. Информационно-справочные материалы Международного пресс-клуба. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.pr-club.com/>
8. Информационно-справочные материалы рекламной группы «Мелехов & Филюрин». – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.m-f.ru>
9. Информационно-справочные материалы российского специализированного журнала «Пресс-служба» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.press-service.ru/terms/141/>
10. Информационно-справочные материалы компании «Gallery. Реклама в формате города». – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.gallerymedia.com/out-of-home>
11. Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU [Электронный ресурс]. – Электрон. дан. – М., 2000. – URL: <http://elibrary.ru>
12. Научная электронная библиотека «Киберленинка» [Электронный ресурс]. – Электрон. дан. – М., 1998 - . – URL: <http://cyberleninka.ru>
13. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики РФ - www.gsk.ru
14. Общероссийская Сеть КонсультантПлюс Справочная правовая система. <http://www.consultant.ru>
15. Справочно-информационный портал ГРАМОТА.РУ - [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://gramota.ru/>
16. Электронно-библиотечная система Московского государственного университета им. М. В. Ломоносова [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <http://www.lib.msu.ru>

17. Электронно-библиотечная система национального исследовательского Томского государственного университета [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.lib.tsu.ru/ru>

18. «Эксперт» журнал. Режим доступа: <http://www.expert.ru>

19. 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 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

Окушова Гульнафист Алтаевна, к. филос. наук, доцент, кафедра социальных коммуникаций НИ ТГУ, доцент