

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ТОМСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ (НИ ТГУ)

Факультет психологии

УТВЕРЖДЕНО:

Декан

Д. Ю. Баланев

Рабочая программа практики

Вид практики: производственная

Тип практики: Практика получения первичных профессиональных навыков

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. Подойница

1. Цель и планируемые результаты

Целью производственной практики является получение обучающимися первичных умений и навыков, в том числе, навыков профессиональной деятельности, направленных на формирование следующих компетенций:

ОПК-1 Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем

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

ОПК-6 Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности

БК-1 Способен применять общие и специализированные компьютерные программы при решении задач профессиональной деятельности

БК-2 Способен использовать этические принципы в профессиональной деятельности

БК-3 Способен использовать принципы и средства профессиональной коммуникации для эффективного взаимодействия

ПК-1 Способен управлять информационными ресурсами организации, в том числе при реализации ее коммуникационных проектов, создавать и продвигать контент с использованием цифровых и сетевых технологий

ПК-3 Способен разработать стратегию продвижения в информационно-телекоммуникационной сети интернет

ПК-4 Способен управлять реализацией стратегии интернет-продвижения

Результаты освоения дисциплины:

ООПК-1.1 Знает стилистические и жанровые особенности медиатекстов, методы и приемы разработки неймов, нормы и выразительные возможности русского и иностранного языка, иных знаковых систем, используемые для создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов

ООПК-3.2 Умеет использовать художественно-образные системы различных видов искусств, интертекстуальные и ассоциативные отсылки к культурным объектам и знакам в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов с использованием специализированных компьютерных программ

ООПК-6.1 Знает эффективные приемы и методы информационных технологий и способы их применения в профессиональной деятельности

РОБК-1.1 Знает правила и принципы применения общих и специализированных компьютерных программ для решения задач профессиональной деятельности

РОБК-2.1 Знает основы и принципы профессиональной этики в соответствующей области профессиональной деятельности

РОБК-3.1 Знает средства, функции и принципы профессиональной коммуникации

РОПК-1.1 Знает принципы управления информационными ресурсами организации, способы оптимизации их работы при реализации различных стратегий и коммуникационных проектов с использованием новейших цифровых и сетевых технологий

РОПК-3.1 Знает способы поиска, выбора эффективных каналов и средств для реализации стратегии продвижения в интернет

РОПК-4.1 Знает принципы, этапы и современные способы управления реализацией стратегии интернет-продвижения

2. Задачи практики

Развить соответствующие базовые и профессиональные компетенции, научиться применять знания и навыки для решения задач в профессиональной сфере с учетом актуального запроса работодателей и трендов цифровых/сетевых коммуникаций, получить опыт профессиональной деятельности.

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

Шестой семестр, зачет.

5. Входные требования для освоения дисциплины

Для успешного освоения практики требуются результаты обучения по дисциплинам: Русский язык и культура речи, SMM-стратегия, Введение в специальность, Генезис рекламы и PR: анализ интерпретаций, Дизайн в сфере цифровых коммуникаций, Дизайн визуального контента: практикум, История рекламы и связей с общественностью, Компьютерные технологии и информатика, Комьюнити-менеджмент, Контент-мейкинг, Копирайтинг, Кризисные коммуникации, Математическая статистика, Нейминг: технологии разработки, оценка эффективности, Нейросети. Практический курс, Новые технологии интегрированных маркетинговых коммуникаций в бизнесе и предпринимательстве, Организация работы отделов по связям с общественностью и рекламы, Основы менеджмента, Основы социальных медиа, Прикладная культурология в рекламе и PR, Проектирование в сфере социальных коммуникаций, Профессиональная этика в PR и рекламе, Профессиональные коммуникации в PR и рекламе, Сетевые сообщества и субкультуры, Событийные коммуникации (ивент-менеджмент), Стилистика рекламных и PR-текстов, Таргетинг, Теория и практика рекламы и связей с общественностью: цифровые и сетевые коммуникации, Философия, Технологии разработки рекламного продукта.

Дисциплина организационно-методически и содержательно связана с учебными и производственными практиками, 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 площадках профильных организаций г. Томска или ЗАТО Северск или в удаленном режиме в профильных организациях других городов РФ.

Способы проведения: стационарная.

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

Список организаций, готовых принять студентов на практику уточняется до начала соответствующего учебного года. Предварительно стать площадкой для практики готовы; группа компаний «Рекламный дайджест», АНО «Координационный центр ЕТИС», диджитал-агентство ТОЛК, ЧОУ ДПО «Образовательные технологии “Скилбокс (Коробка навыков)”» (в удаленном режиме), VKEducation (в удаленном режиме) и др.

По согласованию с руководителем ОПОП студент может быть направлен на практику в Лабораторию новомедийных гуманитарных технологий ФП ТГУ или другое структурное подразделение ТГУ для решения прикладных исследовательских задач в

профессиональной сфере (исследовательский трек, см. п. 5.6 Характеристики ОПОП) или создания коммуникационных проектов и цифровых продуктов по их «заказу».

Стационарная практика может быть оформлена как стажировка.

В особых случаях, если студент получил приглашение (например, выиграл конкурс) на стажировку в компанию, находящуюся за пределами Томска, способ проведения и форма проведения производственной практики «Практика получения первичных профессиональных навыков» могут быть изменены на выездную и дискретную (объемом 4, 5 нед.), что фиксируется в Индивидуальном образовательном плане студента.

7. Объем и продолжительность практики

Общая трудоемкость практики составляет 3 з.е., 108 ч., в том числе - часы на практическую подготовку – 12 часов, согласно учебному плану.

Продолжительность практики составляет 4,5 нед.

Объем самостоятельной работы студента определен учебным планом.

8. Язык реализации

Русский

9. Содержание практики

Этапы практики	Виды работ, связанные с будущей профессиональной деятельностью
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. 2. Знакомство с правилами внутреннего распорядка и иными локальными нормативными актами ТГУ и профильной организации. 3. Инструктаж по технике безопасности и охране труда, соблюдению правил противопожарной безопасности, санитарно-эпидемиологических правил и гигиенических нормативов в ТГУ и профильной организации.
2. Подготовительный этап	Согласование индивидуального задания с руководителем практики.
3. Основной этап	Составление плана практики. Выполнение заданий руководителя практики, согласно утвержденному графику работ. Заполнение дневника практики.
4. Завершающий этап	Составление письменного отчета по итогам практики и подготовка материалов, необходимых для защиты результатов практики (презентация, методические разработки, результаты эмпирических и иных исследований и т.д.).
5. Промежуточная аттестация	Защита результатов практики. Зачет.

--	--

Особенностью «Практики получения первичных профессиональных навыков» является ее взаимосвязь с двумя профессиональными модулями, встроенными в Учебный план, сформированными в ответ на актуальный запрос рынка труда с целью ускорить выход студентов на рынок и стать частью профессионального сообщества:

3 курс, 1 семестр - «Контент-менеджмент», состоящий из таких дисциплин:

Контент-мейкинг

Копирайтинг

Дизайн визуального контента: практикум

Нейросети. Практический курс

3 курс, 2 семестр – «Продвижение в социальных медиа (SMM)», состоящий из дисциплин:

SMM-стратегия

Таргетинг

Комьюнити-менеджмент

Обозначенные модули и входящие в них дисциплины, частично реализуются совместно с сетевым партнером – образовательной онлайн-платформой Skillbox (ООО Скилбокс «Коробка навыков»).

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).

11. Организация промежуточной аттестации обучающихся

11.1 Порядок и форма проведения промежуточной аттестации

Промежуточная аттестация проводится в форме зачета путем публичной защиты обучающимися индивидуальных отчетов о прохождении практики на итоговом 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 «зачтено», «не зачтено».

Критерии оценивания результатов обучения:

«Зачтено» - заполнены все документы практики: индивидуальное задание, рабочий график (план) проведения практики выполнены, отчет оформлен и защищен, студент получил положительные отзывы от руководителя и руководителя практики от организации о своей деятельности на практике; заполнены все документы практики: индивидуальное задание, рабочий график (план) проведения практики выполнены, отчет оформлен и защищен, студент получил некомплементарный или не подписанный в срок отзыв руководителя практики от организации о своей деятельности на практике, но получил положительный отзыв руководителя практики от ТГУ.

«Не зачтено» – индивидуальное задание, рабочий график (план) проведения практики не выполнены, отчет выполнен не по форме, не выполнен или не предоставлен в срок.

12. Учебно-методическое обеспечение

- а) Электронный учебный курс по практике в электронном университете 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

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. 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>
 3. 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>
- 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.
 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 SUPA
 - российская программа для видеомонтажа Мовавика
 - российские сервисы автоматического мониторинга СМИ и социальных медиа «Медиалогия» или Brand Analytics.

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 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

Карнаухова Н.А. ст. преподаватель кафедры социальных коммуникаций ФП ТГУ

Рецензент: Кужелева-Саган И.П., доктор философских наук, профессор, зав. кафедрой социальных коммуникаций НИ ТГУ