

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

Факультет психологии

УТВЕРЖДЕНО:

Декан

Д. Ю. Баланев

Рабочая программа практики
**Профессионально-ознакомительная практика;
профессиональные треки**

Вид практики: **производственная**
Тип практики: **Профессионально-ознакомительная практика;
профессиональные треки**

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. Подойницина

1. Цель и планируемые результаты

Целью учебной практики является получение обучающимися первичных умений и навыков, направленных на формирование следующих компетенций:

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

БК-2 Способен использовать этические принципы в профессиональной деятельности.

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».

Результаты прохождения практики:

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

РОБК-1.2. Умеет: применять современные IT-технологии для сбора, анализа и представления информации; использовать в профессиональной деятельности общие и специализированные компьютерные программы.

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

РОБК-2.2. Умеет проектировать решение профессиональных задач с учетом принципов профессиональной этики.

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-1.2 Умеет создавать контент для информационных ресурсов организации, осуществлять мониторинг и оптимизировать их работу 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 интернете.

РОПК-3.2 Умеет разрабатывать стратегию продвижения в интернете.

2. Задачи практики

- Совершенствовать навык выстраивания профессиональной коммуникации, презентации результатов своей работы с учетом норм и правил, принятых в профессиональном сообществе;
- Освоить этапы и приемы проектирования для решения профессиональных задач с учетом принципов профессиональной этики;
- Научиться использовать современные средства выстраивания эффективной профессиональной коммуникации.

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

Четвертый семестр, зачет.

5. Входные требования для освоения дисциплины

Для успешного освоения практики требуются результаты обучения по дисциплинам и практикам: Введение в специальность, Профессиональная этика в PR и рекламе, Философия, Учебная практика: профильные мастерские, Математическая статистика, Компьютерные технологии и информатика, Проектно-технологическая практика, Проектирование в сфере социальных коммуникаций, Теория и практика рекламы и связей с общественностью: цифровые и сетевые коммуникации, Событийные коммуникации (ивент-менеджмент), Сетевые сообщества и субкультуры/Основы социальных медиа.

6. Способы и формы проведения практики

Практика проводится на базе ТГУ. Способы проведения: стационарная.

Форма проведения: путем чередования с реализацией иных компонентов ОПОП, в соответствии с календарным графиком и учебным планом.

7. Объем и продолжительность практики

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

Продолжительность практики составляет 4,5 нед.

Объем самостоятельной работы студента определен учебным планом.

8. Язык реализации

Русский

9. Содержание практики

Профессионально-ознакомительная (производственная) практика «Профессиональные треки» содержательно и логически связана с Учебной практикой: профильные мастерские. Практика проходит так же на базе кафедры социальных коммуникаций факультета психологии НИ ТГУ по различным профильным направлениям работы специалистов в области рекламы и связей с общественностью. Студенты остаются в тех же группах с руководителями, с которыми они занимались в 3 семестре, но меняется подход к организации их практической деятельности.

За время работы в профильной мастерской выявляются профессиональные способности и предпочтения студента, они находят свое отражение в индивидуализации профессионального трека. Студент понимает, что ему интересны, например, видеография, но не интересен копирайтинг, что у него получается проводить простые маркетинговые исследования, но необходимо развивать навыки визуализации данных. Практика «Профессиональные треки» направлена на то, чтобы определить предпочтительный для себя вид профессиональной деятельности, приступил к работе с конкретными «университетскими» и внешними заказчиками, реализовал небольшой коммуникационный проект или разработал цифровой коммуникационный продукт (под контролем руководителя профессионального трека).

В рамках индивидуализации образовательной траектории по трем трекам (исследовательский, предпринимательский и цифровой, см. п. 5.6 в Характеристике ОПОП), студенту во время прохождения практики предлагается на выбор: либо участие в конкурсах профессионального мастерства (индивидуальное и групповое), либо участие в научно-практической конференции или в конкурсе молодых исследователей (в том числе, на получение грантов), либо участие в молодежных конкурсах предпринимательских инициатив (в том числе, на получение грантов). В отдельных случаях, при участии студентов в реальных коммуникационных проектах бизнеса или государственных организаций (подтвержденные «заказчиками», большие по трудоемкости) студент может не подавать заявки на конкурс, а представить в отчете свой опыт участия в проекте. Участие в конкурсах или реальных

проектах становится одним из обязательных элементов практики и отражается в отчете по практике.

«Заказчиками» исследований, цифровых коммуникационных продуктов, коммуникационных и медиапроектов могут быть как кафедра социальных коммуникаций и Учебно-научная лаборатория новомедийных гуманитарных технологий ФП ТГУ, так и другие подразделения НИ ТГУ, а также государственные, некоммерческие и коммерческие организации Томска, в том числе компании-представители коммуникационной индустрии.

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, в электронном и печатном виде);
- коммуникационные цифровые продукты с краткой аннотацией, краткое описание готовых к разработке или реализованных коммуникационных проектов, заявки на участие в конкурсах и текст конкурсной работы, сканы дипломов призеров или победителей, сертификаты участия в профессионально-образовательных мероприятиях или благодарностей за их организацию и др. (оформляются как Приложения **только** к электронному варианту отчета).

11. Организация промежуточной аттестации обучающихся

Зачет в четвертом семестре проводится по результатам работы студента в семестре, предоставленным в отчете.

Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации размещены на сайте ТГУ в разделе «Информация об образовательной программе» - <https://www.tsu.ru/sveden/education/eduop/>.

12. Учебно-методическое обеспечение

а) Электронный учебный курс по практике в LMS Томского государственного университета 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

а) основная литература:

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. Васильева Е. В. Дизайн-мышление: методология креативного развития : [учебник для направлений бакалавриата и магистратуры "Экономика", "Маркетинг", "Психология", "Методология научных исследований", "Электронный бизнес", "Интернет-предпринимательство", "Педагогика", "Дизайн цифровых продуктов"] / Е. В. Васильева ; Финанс. ун-т при Правит. Рос. Фед. - Москва: КноРус, 2023. — 559
3. 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>

4. Чернов А. В. Профессиональные творческие студии: учебное пособие для вузов / А. В. Чернов, М. В. Дворянова. - Москва: Юрайт, 2024. - 118 с - (Высшее образование) URL: <https://urait.ru/bcode/542580>
 5. 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>
 6. Хангельдиева И. Г.. Креативные технологии в пространстве современного образования (Опыт переосмысления) : учебное пособие / Хангельдиева И. Г. - 3-е изд., стер. - Санкт-Петербург : Планета музыки, 2024. - 180 с. URL: <https://e.lanbook.com/book/364862>
- б) дополнительная литература:
1. 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
 2. Манцнер Т. Визуализация данных : полный и исчерпывающий курс для начинающих / Тамара Манцнер ; пер. с англ. М. А. Райтман. - Москва : Эксмо, 2023. - 462 с.: ил., табл., карт. - (Библиотека цифровой трансформации)
 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/>
 - Сайт Национальной премии в области коммуникаций «Серебряный лучник» – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://luchnik.ru/>
 - Сайт для представления портфолио профессионалов в сфере креативных индустрий - [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.behance.net/>
 - Десятка классных конкурсов в области рекламы, PR, маркетинга и разработки- [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://workspace.ru/blog/desyatka-klassnykh-konkursov-v-oblasti-reklamy-pr-marketinga-i-razrabotki/>
 - Конкурсы рекламы: какие проходят в России, зачем в них участвовать и что они дают digital-агентствам и маркетологам [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://adpass.ru/konkursy-i-premii-po-reklame/>
 - Методические рекомендации «Как победить в конкурсе» [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://birsklib.com/doc/metod/kak_pobedit_v_konkurse.pdf
 - Методичка конкурса InterComm 2023 (есть универсальные советы по оформлению заявки и проекта) [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://award.intercomm.media/presentations/Методичка%20InterComm-2023.pdf>

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 (Яндекс диск и т.п.).

– российская программа для графического дизайна <https://supa.ru/>

– российская программа для видеомонтажа <https://www.movavika.ru/>

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 встреч руководителей и студентов подгрупп профессиональных треков, индивидуальных и групповых консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации.

Помещения для самостоятельной работы студентов, оснащенные компьютерной техникой и доступом к сети Интернет, в электронную информационно-образовательную среду и к информационным справочным системам.

Помещения для организации внутриуниверситетских мероприятий, оснащенные мультимедийным, световым и звуковым оборудованием.

Студия для фото- и видеосъемки, оснащенная фотографическим фоном, световыми приборами, звуковым оборудованием, оборудованием для мобильной видеосъемки и видеомонтажа.

16. Информация о разработчиках

Разработчики: Гужова И.В., к. филос. наук, доцент, кафедры социальных коммуникаций факультета психологии НИ ТГУ; Окушова Г.А., к. филос. наук, доцент, кафедра социальных коммуникаций факультета психологии НИ ТГУ; Карнаухова Н.А., старший преподаватель кафедры социальных коммуникаций факультета психологии НИ ТГУ; Спичева Д.И., к. филос. наук, доцент, кафедры социальных коммуникаций факультета психологии НИ ТГУ; Шамсудинова С.С., к. филос. наук, доцент кафедры социальных коммуникаций факультета психологии НИ ТГУ; Винокурова Е.Н., старший преподаватель кафедры социальных коммуникаций факультета психологии НИ ТГУ; Зеличенко Ю.Л., старший преподаватель кафедры социальных коммуникаций факультета психологии НИ ТГУ.

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