


МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение высшего образования
«Тульский государственный университет»

Институт гуманитарных и социальных наук
Кафедра социологии и политологии

Утверждено на заседании кафедры
социологии и политологии
«20» января 2023 г., протокол № 5

Заведующий кафедрой

 И.А. Батанина

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
производственной практики (профессионально-творческой практики)
(4 семестр)

основной профессиональной образовательной программы
высшего образования – программы бакалавриата

по направлению подготовки
42.03.05 Медиакоммуникации

с направленностью (профилем)
Технологии медиа

Форма обучения: очная

Идентификационный номер образовательной программы: 420305-01-23

Тула 2023 год

ЛИСТ СОГЛАСОВАНИЯ
программы практики

Разработчики:

Лаврикова А.А., доц. кафедры СиП, канд. полит. наук

Шумилова О.Е., доц. кафедры СиП, канд. полит. наук

А.А.

О.Е.

1 Цель и задачи прохождения практики

Целью прохождения практики является закрепление и углубление теоретических знаний в области коммуникативистики, овладение практическими навыками работы специалиста в области медиакоммуникаций, расширение представлений об особенностях его работы с различными организациями региона.

Задачами прохождения практики являются:

- закрепление навыков проведения ситуационного анализа на основе формальных и неформальных методов сбора данных для анализа проблемной ситуации;
- формирование умений формулировки проектной идеи, выстраивания иерархии целей проекта, подробного описания целевых групп общественности, определения стратегических направлений проекта и их ресурсообеспеченности, прогнозирования рисков, выявления задач проекта, составления различных видов планов;
- формирование умений подготовки проектной документации.

2 Вид, тип практики, способ (при наличии) и форма (формы) ее проведения

Вид практики – производственная.

Тип практики – профессионально-творческая.

Способ проведения практики – стационарная и (или) выездная.

Форма проведения практики – дискретно по видам практик - путем выделения в календарном учебном графике непрерывного периода учебного времени для проведения каждого вида практики.

Учебный процесс по практике организуется в форме практической подготовки обучающихся.

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

Перечень планируемых результатов обучения при прохождении практики, соотнесенных с планируемыми результатами освоения основной профессиональной образовательной программы (формируемыми компетенциями) и индикаторами их достижения, установленными в общей характеристике основной профессиональной образовательной программы, приведен ниже.

В результате прохождения практики обучающийся должен:

Знать:

- 1) принципы поиска, отбора и обобщения информации (код компетенции – УК-1, код индикатора – УК-1.1);
- 2) виды ресурсов и ограничений для решения проектных задач (код компетенции – УК-2, код индикатора – УК-2.1);
- 3) характеристики и факторы формирования команд (код компетенции – УК-3, код индикатора – УК-3.1);
- 4) основы, правила и закономерности устной и письменной деловой коммуникации (код компетенции – УК-4, код индикатора – УК-4.1);
- 5) закономерности исторического и социально-политического развития общества (код компетенции – УК-5, код индикатора – УК-5.1);
- 6) основные приемы самоконтроля, саморазвития и самообразования (код компетенции – УК-6, код индикатора – УК-6.1);

- 7) методики - в рамках профессиональной деятельности – исследований аудитории и анализа рынка (код компетенции – ОПК-1, код индикатора – ОПК-1.1);
- 8) особенности развития, актуальные проблемы современного этапа цивилизационного развития(код компетенции – ОПК-2, код индикатора – ОПК-2.1);
- 9) закономерности исторического развития отечественной и мировой культуры, ориентируется в ее многообразии(код компетенции – ОПК-3, код индикатора – ОПК-3.1);
- 10) технологии и методы исследования целевой аудитории и потребностей общества и принципы работы с ними в процессе осуществления профессиональной деятельности (код компетенции – ОПК-4, код индикатора – ОПК-4.1);
- 11) особенности современных информационно-коммуникационных технологий(код компетенции – ОПК-6, код индикатора – ОПК-6.1);
- 12) общественную миссию медиа, их роль в обществе как важнейшего социального института (код компетенции – ОПК-7, код индикатора – ОПК-7.1).

Уметь:

- 1) синтезировать информацию для решения поставленных задач (код компетенции – УК-1, код индикатора – УК-1.2);
- 2) определять оптимальные варианты решений для достижения поставленной цели, учитывая имеющиеся ресурсы, ограничения и действующие правовые нормы (код компетенции – УК-2, код индикатора – УК-2.2);
- 3) использовать различные стили социального взаимодействия и эффективные стратегии (код компетенции – УК-3, код индикатора – УК-3.2);
- 4)создавать высказывания различной жанровой специфики в соответствии с коммуникативным намерением (код компетенции – УК-4, код индикатора – УК-4.2);
- 5) анализировать и воспринимать разнообразие культур в социально-политическом контексте (код компетенции – УК-5, код индикатора – УК-5.2);
- 6) эффективно планировать и контролировать собственное время; проявлять способность к саморазвитию и самообучению (код компетенции – УК-6, код индикатора – УК-6.2);
- 7) создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты (код компетенции – ОПК-1, код индикатора – ОПК-1.2);
- 8) выбирать наиболее эффективные способы и формы освещения событий с учетом тенденций развития общественных и государственных институтов (код компетенции – ОПК-2, код индикатора – ОПК-2.2);
- 9) использовать лучший профессиональный опыт представителей культуры для создания медиа – и коммуникационных продуктов(код компетенции – ОПК-3, код индикатора – ОПК-3.2);
- 10) определять различными способами и методами запросы и потребности общества и аудитории (код компетенции – ОПК-4, код индикатора – ОПК-4.2);
- 11) применять информационно-коммуникативные технологии при создании медиатекстов и медиапродуктов при помощи современных технических средств (код компетенции – ОПК-6, код индикатора – ОПК-6.2);
- 12)определять основные точки напряжения, асоциальные эффекты социальной коммуникации, способы снятия конфликтов (код компетенции – ОПК-7, код индикатора – ОПК-7.2).

Владеть:

- 1) методами критического анализа и системного подхода для решения поставленных задач (код компетенции – УК-1, код индикатора – УК-1.3);
- 2) методами оценки потребности в ресурсах; навыками работы с нормативно-правовой документацией (код компетенции – УК-2, код индикатора – УК-2.3);
- 3) навыками социального взаимодействия и организации командной работы (код компетенции – УК-3, код индикатора – УК-3.3);

- 4) навыками межличностного делового общения (код компетенции – УК-4, код индикатора – УК-4.3);
- 5) анализировать и воспринимать разнообразие культур в социально-политическом контексте (код компетенции – УК-5, код индикатора – УК-5.2);
- 6) технологиями приобретения умений и навыков (код компетенции – УК-6, код индикатора – УК-6.3);
- 7) навыками работы с медиатекстами и (или) медиапродуктами, и (или) коммуникационными продуктами (код компетенции – ОПК-1, код индикатора – ОПК-1.3);
- 8) различными методами получения новых знаний, представлениями о трансформации методов и форм журналистской работы в соответствии с задачей (код компетенции – ОПК-2, код индикатора – ОПК-2.3);
- 9) навыками создания медиапродукта и медиатекста, вписанного в контекст отечественной и мировой культуры (код компетенции – ОПК-3, код индикатора – ОПК-3.3);
- 10) инструментальными методами исследования запросов и потребностей общества и аудитории в рамках профессиональной деятельности (код компетенции – ОПК-4, код индикатора – ОПК-4.3);
- 11) навыками повышения эффективности медиасообщений с помощью различных методов журналистского творчества (код компетенции – ОПК-6, код индикатора – ОПК-6.3);
- 12) навыками анализа и прогнозирования возможных эффектов и последствий своей профессиональной деятельности (код компетенции – ОПК-7, код индикатора – ОПК-7.3).

4 Место практики в структуре образовательной программы

Практика относится к обязательной части основной профессиональной образовательной программы.

Практика проводится в 4 семестре.

5 Объем практики в зачетных единицах и ее продолжительность в неделях либо в академических часах

Номер семестра	Формы промежуточной аттестации	Общий объем в зачетных единицах	Продолжительность		Объем контактной работы в академических часах		Объем иных форм образовательной деятельности в академических часах
			в неделях	в академических часах	Работа с руководителем практики от университета	Промежуточная аттестация	
Очная форма обучения							
4	ДЗ	6	4	216	1,75	0,25	214

Условные сокращения: ДЗ – дифференцированный зачет (зачет с оценкой); ДППП – практика проводится дискретно по периодам проведения практик - путем чередования в календарном учебном графике периодов учебного времени для проведения практик с периодами учебного времени для проведения теоретических занятий, продолжительность практики исчисляется только в академических часах.

- К иным формам образовательной деятельности при прохождении практики относятся:
- ознакомление с техникой безопасности;
 - выполнение обучающимся индивидуального задания;
 - составление обучающимся отчёта по практик.

6 Структура и содержание практики

Обучающиеся в период прохождения практики выполняют задания, предусмотренные программой практики, соблюдают правила внутреннего распорядка организации, на базе которой проводится практика, соблюдают требования охраны труда и пожарной безопасности.

В процессе прохождения практики обучающиеся осуществляют виды работ в соответствии со следующими направлениями:

1. Ситуационный анализ коммуникационного пространства организации (по выбору студента);
2. Определение критериев сегментирования общественности организации (по выбору студента);
3. Характеристика целевых групп общественности организации (по выбору студента);
4. Разработка стратегии взаимодействия с различными сегментами общественности организации (по выбору студента).
5. Презентация материалов.

Этапы (периоды) проведения практики

№	Этапы (периоды) проведения практики	Виды работ
1	Организационный	Проведение организационного собрания. Инструктаж по технике безопасности. Разработка индивидуального задания.
2	Основной	Выполнение индивидуального задания.
3	Заключительный	Составление отчёта по практике. Защита отчёта по практике (дифференцированный зачет).

Примеры индивидуальных заданий

Задание 1. Провести ситуационный анализ коммуникационного пространства базисного субъекта (политической организации).

Задание 2. Провести ситуационный анализ коммуникационного пространства базисного субъекта (НКО).

Задание 3. Провести ситуационный анализ коммуникационного пространства базисного субъекта (коммерческой организации, деятельность которой осуществляется в социокультурной сфере).

Задание 4. Провести ситуационный анализ коммуникационного пространства базисного субъекта (коммерческой организации, деятельность которой осуществляется в экономической сфере).

Задание 5. Определить критерии сегментирования общественности коммерческой организации, деятельность которой осуществляется в социокультурной сфере;

Задание 6. Определить критерии сегментирования общественности коммерческой организации, деятельность которой осуществляется в экономической сфере;

Задание 7. Определить критерии сегментирования общественности политической организации;

Задание 8. Определить критерии сегментирования общественности НКО;

Задание 9. Дать характеристику целевых групп общественности политической организации.

Задание 10. Дать характеристику целевых групп общественности НКО.

Задание 11. Дать характеристику целевых групп общественности коммерческой организации, деятельность которой осуществляется в социокультурной сфере.

Задание 12. Дать характеристику целевых групп общественности коммерческой организации, деятельность которой осуществляется в экономической сфере.

Задание 13. Разработать стратегии взаимодействия с различными сегментами общественности политической организации.

Задание 14. Разработать стратегии взаимодействия с различными сегментами общественности НКО.

Задание 15. Разработать стратегии взаимодействия с различными сегментами общественности коммерческой организации, деятельность которой осуществляется в экономической сфере.

Задание 16. Разработать стратегии взаимодействия с различными сегментами общественности коммерческой организации, деятельность которой осуществляется в социокультурной сфере.

Задание 17. Провести сравнительный анализ сегментирования общественности организаций, отличающихся по формам собственности, сферам осуществления профессиональной деятельности.

Задание 18. Подготовить презентацию проектных материалов (персоналии).

7 Формы отчетности по практике

Промежуточная аттестация обучающегося по практике проводится в форме дифференцированного зачета (зачета с оценкой), в ходе которого осуществляется защита обучающимся отчета по практике. Шкала соответствия оценок в стобалльной и академической системах оценивания результатов обучения при прохождении практики представлена ниже.

Система оценивания результатов обучения	Оценки			
	Стобалльная система оценивания	0 – 39	40 – 60	61 – 80
Академическая система оценивания (дифференцированный зачет)	Неудовлетворительно	Удовлетворительно	Хорошо	Отлично

Требования к отчёту по практике

Отчет по практике составляется на основе выполненного обучающимися индивидуального задания. Структура отчета включает следующие элементы :

- титульный лист;
- содержание;
- введение (с указанием цели, задач, перечня работ в процессе выполнения практики);
- основная часть (описание выполненной работы по разделам программы в соответствии с заданием по практике; описание практических задач, решаемых обучающимся за время прохождения практики; указание на затруднения, которые возникли при прохождении практики;
- заключение (выводы, описание навыков, приобретенных за время прохождения практики, предложения по организации труда на соответствующем участке работы);
- список литературы;
- приложение.

Объем отчета (без приложения) не должен превышать 20-30 страниц. При оформлении работы межстрочное расстояние рекомендуется принимать «1,5». На странице располагается 28-30 строк, в строке 60±2 знаков, включая пробелы. Рекомендуется использовать шрифт Times New Roman, размер – 14. Абзац – 1,25, перенос автоматический. Поля со всех сторон 2 см.

Страницы должны быть равномерно заполнены текстом. Страницы работы нумеруются арабскими цифрами, которые проставляются вверху в середине листа.

Заголовки необходимо располагать симметрично тексту. Между заголовками и текстом следует оставлять расстояние, равное двойному интервалу.

Если цифровой или иной материал в работе нужно представить в компактном виде, то его оформляют в виде таблиц или рисунков, которые располагают либо непосредственно после текста, в котором они упоминаются впервые, либо в приложении. На все таблицы и рисунки должны быть ссылки в работе. Таблицы и рисунки должны иметь названия и порядковую нумерацию (например, табл. 1, рис. 3). Нумерация таблиц и рисунков должна быть сквозной для всего текста отчета.

При использовании в работе материалов, заимствованных из литературных источников, цитировании различных авторов, необходимо делать соответствующие ссылки, а в конце работы помещать список использованной литературы. Сноски печатаются через 1 интервал в конце страницы, к которой они относятся.

Списки использованной литературы и библиографические ссылки оформляются согласно ГОСТ 7.1- 2008 «Библиографическое описание документа. Общие требования и правила составления».

8 Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по практике

Ниже приведен перечень контрольных вопросов и (или) заданий, которые могут быть предложены обучающемуся в рамках защиты отчета по практике. Они позволяют оценить достижение обучающимся планируемых результатов обучения при прохождении практики и сформированность компетенций, указанных в разделе 3.

Перечень контрольных вопросов и (или) заданий

1. Какие Вам известны принципы сегментирования групп общественности? (код компетенции - УК-1, коды индикаторов достижения компетенции – УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3).
2. Какие исследовательские методы вы использовали при сегментировании общественности? Обоснуйте свой выбор (код компетенции - УК-1, коды индикаторов достижения компетенции – УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3)..
3. Определите возможности использования методик типологического и факторного анализа при проведении ситуационного анализа коммуникационного пространства базисного субъекта (код компетенции - УК-1, коды индикаторов достижения компетенции – УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3).
4. Подготовьте презентацию результатов ситуационного анализа коммуникационного пространства базисного субъекта для демонстрации ее руководству организации (код компетенции - УК-4, коды индикаторов достижения компетенции – УК-4.1, УК-4.2, УК-4.3).
5. Каким требованиям должны отвечать выделяемые сегменты (код компетенции - УК-2, коды индикаторов достижения компетенции – УК-2.1, УК-2.2, УК-2.3).
6. Какие типы маркетинговых стратегий Вам известны? (код компетенции - ОПК-6, коды индикаторов достижения компетенции – ОПК-6.1, ОПК-6.2, ОПК-6.3)
7. Какие маркетинговую стратегию целесообразно использовать применительно выбранной в качестве базисного субъекта организации? (код компетенции - ОПК-6, коды индикаторов достижения компетенции – ОПК-6.1, ОПК-6.2, ОПК-6.3)
8. Какие факторы следует учитывать в процессе выбора маркетинговой стратегии базисного субъекта? (код компетенции - ОПК-6, коды индикаторов достижения компетенции – ОПК-6.1, ОПК-6.2, ОПК-6.3)
9. Что понимается бод субрынком? (код компетенции - ОПК-4, коды индикаторов достижения компетенции – ОПК-4.1, ОПК-4.2, ОПК-4.3)

10. Существуют ли различия выбора сегментов базисного субъекта в зависимости от формы собственности организации (код компетенции - ОПК-4, коды индикаторов достижения компетенции – ОПК-4.1, ОПК-4.2, ОПК-4.3).
11. Какой информацией необходимо располагать в процессе сегментирования общественности (код компетенции - ОПК-4, коды индикаторов достижения компетенции – ОПК-4.1, ОПК-4.2, ОПК-4.3)?
12. Что определяет выбор целевых групп общественности (код компетенции - ОПК-4, коды индикаторов достижения компетенции – ОПК-4.1, ОПК-4.2, ОПК-4.3)?
13. Продемонстрируйте соответствие предлагаемых проектных решений по совершенствованию публичных дискурсов социального субъекта его стратегическим планам (код компетенции - УК-4, коды индикаторов достижения компетенции – УК-4.1, УК-4.2, УК-4.3; код компетенции - ОПК-3, коды индикаторов достижения компетенции – ОПК-3.1, ОПК-3.2, ОПК-3.3).
14. Продемонстрируйте соответствие предлагаемых проектных решений по совершенствованию публичных дискурсов социального субъекта общим тенденциям развития медиакоммуникаций (код компетенции - УК-4, коды индикаторов достижения компетенции – УК-4.1, УК-4.2, УК-4.3; код компетенции - ОПК-3, коды индикаторов достижения компетенции – ОПК-3.1, ОПК-3.2, ОПК-3.3).
15. Охарактеризуйте условия реализации разработанного проекта: информационное поле, общественное мнение, социально-экономический и социально-политический контекст (код компетенции - УК-2, коды индикаторов достижения компетенции – УК-2.1, УК-2.2, УК-2.3; код компетенции - УК-3, коды индикаторов достижения компетенции – УК-3.1, УК-3.2, УК-3.3; код компетенции – ОПК-1, коды индикаторов достижения компетенции – ОПК-1.1, ОПК-1.2, ОПК-1.3).
16. Охарактеризуйте используемую коммуникационную модель сопровождения базисного субъекта. Обоснуйте целесообразность ее использования для организаций рассматриваемого профиля (код компетенции - ОПК-2, коды индикаторов достижения компетенции – ОПК-2.1, ОПК-2.2, ОПК-2.3).
17. Выделите проблемы оценки коммуникационной эффективности проекта? (код компетенции - УК-5, коды индикаторов достижения компетенции – УК-5.1, УК-5.2, УК-5.3).
18. Предложите рекомендации по минимизации рисков оценочной деятельности в сфере медиакоммуникаций (код компетенции - ОПК-2, коды индикаторов достижения компетенции – ОПК-2.1, ОПК-2.2, ОПК-2.3).
19. Определите степень универсальности / уникальности предлагаемых рекомендаций (код компетенции - УК-6, коды индикаторов достижения компетенции – УК-6.1, УК-6.2, УК-6.3; код компетенции - ОПК-4, коды индикаторов достижения компетенции – ОПК-4.1, ОПК-4.2, ОПК-4.3; код компетенции - ОПК-7, коды индикаторов достижения компетенции – ОПК-7.1, ОПК-7.2, ОПК-7.3).
20. Проведите экспертизу подготовленных презентационных материалов (код компетенции - ОПК-7, коды индикаторов достижения компетенции – ОПК-7.1, ОПК-7.2, ОПК-7.3).

9 Описание материально-технической базы, необходимой для проведения практики

Для проведения практики требуется учебная аудитория, оборудованная доской для написания мелом, а также проектором, экраном, ноутбуком, компьютерами с установленными офисными программами, содержащими текстовые редакторы, электронные таблицы, средства создания презентаций и т.д.; учебная аудитория для самостоятельной работы, оснащенная компьютерами для обучающихся с подключением к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду.

10 Перечень учебной литературы и ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для проведения практики

Основная литература

1. Астафьева-Румянцева, И. Е. Управление коммуникационными проектами [Электронный ресурс]: учебно-методическое пособие по выполнению самостоятельной работы / Астафьева-Румянцева И. Е. Санкт-Петербург : СПбГУТ им. М.А. Бонч-Бруевича, 2022. - 27 с.
2. Управление проектами: учебник и практикум для вузов / А. И. Балашов, Е. М. Рогова, М. В. Тихонова, Е. А. Ткаченко ; под общей редакцией Е. М. Роговой. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 383 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00436-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/510590>

Дополнительная литература

1. Абабкова М.Ю., Розова Н.К. Коммуникационные барьеры в международном дистанционном образовательном проекте // МНИЖ. 2023. №4 (130). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kommunikatsionnye-bariery-v-mezhdunarodnom-distantsionnom-obrazovatelnom-proekte>.
2. Авлокулова С.С. Основная роль информационно-коммуникационных технологий в осуществлении проектов нефтяной компании // Экономика и социум. 2023. №6-1 (109). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/osnovnaya-rol-informatsionno-kommunikatsionnyh-tehnologiy-v-osuschestvlenii-proektov-neftyanoj-kompanii>.
3. Соловьева О.М. Цифровое искусство и современные коммуникационные технологии // Умная цифровая экономика. 2022. №1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/tsifrovoe-iskusstvo-i-sovremennye-kommunikatsionnye-tehnologii>.
4. Чумиков А.Н., Шульц Э.Э. Коммуникационное и социологическое обеспечение имиджа российских регионов в контексте стратегий их развития // Коммуникология. 2022. №1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kommunikatsionnoe-i-sotsiologicheskoe-obespechenie-imidzha-rossijskih-regionov-v-kontekste-strategiy-ih-razvitiya>.

Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

1. Институт социологии РАН - www.isras.ru
2. Фонд «Общественное мнение» - <http://fom.ru/>
3. Всероссийский центр изучения общественного мнения - <http://wciom.ru/>
4. Портал научных исследований СМИ и методик журналистского образования «Медиаскоп» - <http://www.mediascope.ru>

11 Перечень информационных технологий, используемых при проведении практики, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)

1. Текстовый редактор Microsoft Word;
2. Программа для работы с электронными таблицами Microsoft Excel;
3. Программа подготовки презентаций Microsoft PowerPoint;
4. Пакет офисных приложений «МойОфис».
5. Компьютерная справочная правовая система «КонсультантПлюс».