

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 (научно-исследовательской работы)
(6 семестр)

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., проф. кафедры СиП, д-р 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 формирование профессиональной культуры, расширение профессиональных навыков, углубление профессиональных знаний в процессе сбора теоретического и эмпирического материала для подготовки выпускной квалификационной работы.

Задачами прохождения практики являются:

- проведение SWOT-анализа деятельности базисного субъекта;
- выявление основных направлений развития медиакоммуникаций базисного субъекта.

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

Вид практики – производственная.

Тип практики – научно-исследовательская работа.

Способ проведения практики – стационарная.

Форма проведения практики – 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.

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, приведён ниже.

В результате прохождения практики обучающийся должен:

Знать:

1) основные положения коммуникативистики, принципы их использования в практической деятельности специалиста по медиакоммуникациям (код компетенции – ПК-2, код индикатора – ПК-2.1);

2) основы сегментирования рынка, позиционирования продуктов и компаний, принципы построения и оценки обратной связи с потребителями (код компетенции – ПК-3, код индикатора – ПК-3.1);

3) требования, предъявляемые к стратегии и тактике коммуникационных кампаний; содержательные и технологические особенности разработки коммуникационных программ и акций (код компетенции – ПК-7, код индикатора – ПК-7.1);

4) основные требования, предъявляемые к рабочей документации социологических и маркетинговых исследований в сфере медиакоммуникаций, а также базовые способы сбора, обработки, анализа и наглядного представления полученных результатов (код компетенции – ПК-10, код индикатора – ПК-10.1)

Уметь:

1) разрабатывать концепции медиапродвижения с учетом основных тенденций развития медиасистемы в России и мире (код компетенции – ПК-2, код индикатора – ПК-2.2);

2) находить и анализировать необходимую информацию; выявлять факторы, определяющие потребительский спрос на продукцию СМИ, существенные характеристики целевой аудитории потребителей; определять на основе полученной информации основные параметры и технологии продвижения продукции СМИ (код компетенции – ПК-3, код индикатора – ПК-3.2);

3) разрабатывать и обосновывать модель оценки эффективности коммуникационной кампании, определять методики реализации выбранной модели (код компетенции – ПК-7, код индикатора – ПК-7.2);

4) находить и анализировать необходимую информацию, применять количественные и качественные методы анализа; составлять аналитические отчеты по результатам социологических и маркетинговых исследований (код компетенции – ПК-10, код индикатора – ПК-10.2)

Владеть:

1) анализа имеющихся медиапрактик для использования в процессе проблематизации и концептуализации медиапроектов (код компетенции – ПК-2, код индикатора – ПК-2.3);

2) разработки концептуальных и стратегических документов в области маркетинга; интеграции различных средства продвижения в комплекс маркетинговых коммуникаций; формулировки наблюдаемых, измеримых и достоверных показателей, характеризующих продвижение продукции СМИ (код компетенции – ПК-3, код индикатора – ПК-3.3);

3) проведения ситуационного анализа, разработки плана-графика кампании / мероприятия, организации мониторинга деятельности по реализации коммуникационных программ (код компетенции – ПК-7, код индикатора – ПК-7.3).

4) навыками организации полевых исследований, обработки и обобщения результатов исследований, написания аналитических отчетов и подготовки презентации результатов исследования, разработки на их основе рекомендаций по оптимизации коммуникационного пространства базисного субъекта (код компетенции – ПК-10, код индикатора – ПК-10.3).

4 Место практики в структуре образовательной программы

Практика относится к части основной профессиональной образовательной программы, формируемой участниками образовательных отношений.

Практика проводится в 7 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							
7	ДЗ	3	ДППП	108	0,75	0,25	107

Условные сокращения: ДЗ – дифференцированный зачет (зачет с оценкой); ДППП – практика проводится дискретно по периодам проведения практик - путем чередования в ка-

лендарном 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 индивидуальные 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 работы по реализации научно-исследовательского проекта, направленного на оптимизацию деятельности конкретной организации (заказчика). Логика научно-исследовательской работы определяется формализованной и признанной в сфере рекламы и связей с общественностью системой (формулой) RACE, подразумевающей 4 этапа организации процесса:

- R – проблематизация;
- A – планирование;
- C – реализация;
- E – оценка.

Во 7 семестре предполагается реализация части 1 этапа модели - ситуационный анализ коммуникационного пространства базисного субъекта. Данный этап проекта предполагает: во-первых, выявление потребностей заказчика, его видения ситуации, ресурсного обеспечения, определение точек контроля и форм отчетности. (по итогам формулируется техническое задание (ТЗ)); во-вторых, проведение полновесного исследования на основе формальных и неформальных методов сбора данных. Итогом данного вида деятельности является определение «проблемных» зон коммуникационного пространства заказчика, уточнение направленности предполагаемого проекта, и как следствие, конкретизация технического задания.

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. Путем использования совокупности формальных и неформальных методов изучения социальной ситуации, ее структуры и факторов, определяющих тенденции ее развития провести полновесное исследование для конкретизации «проблемных» зон коммуникационного пространства коммерческой организации, специализирующейся в социокультурной сфере, и уточнения направленности будущего проекта.

Задание 2. Полученные данные в рамках реализованного исследования коммуникационного пространства коммерческой организации, специализирующейся в социокультурной сфере, обработать посредством SWOT-анализа.

Задание 3. Заполнить матрицу SWOT-анализа коммерческой организации, специализирующейся в социокультурной сфере, с обоснованием выявленных позиций.

Задание 4. Путем использования совокупности формальных и неформальных методов изучения социальной ситуации, ее структуры и факторов, определяющих тенденции ее развития провести полновесное исследование для конкретизации «проблемных» зон коммуникационного пространства коммерческой организации, специализирующейся в экономической сфере, и уточнения направленности будущего проекта.

Задание 5. Полученные данные в рамках реализованного исследования коммуникационного пространства коммерческой организации, специализирующейся в экономической сфере, обработать посредством SWOT-анализа.

Задание 6. Заполнить матрицу SWOT-анализа коммерческой организации, специализирующейся в экономической сфере, с обоснованием выявленных позиций.

Задание 7. Путем использования совокупности формальных и неформальных методов изучения социальной ситуации, ее структуры и факторов, определяющих тенденции ее развития провести полновесное исследование для конкретизации «проблемных» зон коммуникационного пространства НКО и уточнения направленности будущего проекта.

Задание 8. Полученные данные в рамках реализованного исследования коммуникационного пространства НКО обработать посредством SWOT-анализа.

Задание 9. Заполнить матрицу SWOT-анализа НКО с обоснованием выявленных позиций.

Задание 10. Путем использования совокупности формальных и неформальных методов изучения социальной ситуации, ее структуры и факторов, определяющих тенденции ее развития провести полновесное исследование для конкретизации «проблемных» зон коммуникационного пространства политического субъекта и уточнения направленности будущего проекта.

Задание 11. Полученные данные в рамках реализованного исследования коммуникационного пространства политического субъекта обработать посредством SWOT-анализа.

Задание 12. Заполнить матрицу SWOT-анализа политического субъекта с обоснованием выявленных позиций.

Задание 13. По совокупности выделенных в ходе SWOT-анализа параметров определить различные типы стратегий в отношении целевых групп.

Задание 14. Представить в отчете результаты создания общей архитектуры с учетом пересечения интересов всех целевых групп общественности.

Задание 15. Обосновывать достоинства и недостатки выбранного варианта сочетания стратегий оптимизации коммуникационного пространства политического субъекта.

Задание 16. Обосновывать достоинства и недостатки выбранного варианта сочетания стратегий оптимизации коммуникационного пространства НКО.

Задание 17. Обосновывать достоинства и недостатки выбранного варианта сочетания стратегий оптимизации коммуникационного пространства коммерческой организации в социокультурной сфере.

Задание 18. Обосновывать достоинства и недостатки выбранного варианта сочетания стратегий оптимизации коммуникационного пространства коммерческой организации в экономической сфере.

Задание 19. По совокупности выделенных в ходе SWOT-анализа параметров определить различные типы стратегий оптимизации коммуникационного пространства в отношении целевых групп.

Задание 20. Обосновать выбор доминирующей стратегии, максимально отвечающей интересам приоритетного сегмента коммуникационного проекта.

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. Что входит в организацию отношений с заказчиком? (код компетенции - ПК-3, коды индикаторов достижения компетенции – ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3)
2. Определите роль исследований в планировании и реализации программ коммуникации. Охарактеризуйте основные направления исследований в сфере рекламы и связей с общественностью (код компетенции - ПК-2, коды индикаторов достижения компетенции – ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3; код компетенции - ПК-10, коды индикаторов достижения компетенции – ПК-10.1, ПК-10.2, ПК-10.3)
3. Определите возможности и ограничения неформальных методов исследований в процессе ситуационного анализа (код компетенции - ПК-2, коды индикаторов достижения компетенции – ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3; код компетенции - ПК-10, коды индикаторов достижения компетенции – ПК-10.1, ПК-10.2, ПК-10.3).
4. Выделите перечень требований к организации процесса ситуационного анализа в сфере рекламы и связей с общественностью (код компетенции - ПК-2, коды индикаторов достижения компетенции – ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3; код компетенции - ПК-10, коды индикаторов достижения компетенции – ПК-10.1, ПК-10.2, ПК-10.3).
5. Обоснуйте логику проведения полновесного исследования в контексте ситуационного анализа коммуникационного пространства базисного субъекта (код компетенции - ПК-7, коды индикаторов достижения компетенции – ПК-7.1, ПК-7.2, ПК-7.3; код компетенции - ПК-10, коды индикаторов достижения компетенции – ПК-10.1, ПК-10.2, ПК-10.3)
6. Укажите роль неопросных методик исследования при проведении ситуационного анализа коммуникационного пространства базисного субъекта (код компетенции - ПК-7, коды индикаторов достижения компетенции – ПК-7.1, ПК-7.2, ПК-7.3; код компетенции - ПК-10, коды индикаторов достижения компетенции – ПК-10.1, ПК-10.2, ПК-10.3)
7. В каких случаях целесообразно использование качественных методов сбора первичной информации, в каких количественных? (код компетенции - ПК-7, коды индикаторов достижения компетенции – ПК-7.1, ПК-7.2, ПК-7.3; код компетенции - ПК-10, коды индикаторов достижения компетенции – ПК-10.1, ПК-10.2, ПК-10.3)
8. Почему разработка программы является необходимым условием проведения исследования в сфере рекламы и связей с общественностью? (код компетенции - ПК-10, коды индикаторов достижения компетенции – ПК-10.1, ПК-10.2, ПК-10.3)
9. Определите специфику подготовки аналитической записки по материалам качественного и количественного исследования (код компетенции - ПК-7, коды индикаторов достижения компетенции – ПК-7.1, ПК-7.2, ПК-7.3; код компетенции - ПК-10, коды индикаторов достижения компетенции – ПК-10.1, ПК-10.2, ПК-10.3).
10. Продемонстрируйте соответствие разработанных Вами в процессе подготовки проектных документов, используемых в сфере рекламы / связей с общественностью требованиям, предъявляемым к данному типу текстов (код компетенции - ПК-2, коды индикаторов достижения компетенции – ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3; код компетенции - ПК-3, коды индикаторов достижения компетенции – ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3).
11. Охарактеризуйте предлагаемую Вами коммуникационную модель сопровождения бизнеса. Обоснуйте целесообразность ее использования для организаций рассматриваемого про-

филя (код компетенции - ПК-3, коды индикаторов достижения компетенции – ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3).

12. Проведите экспертизу предлагаемого варианта матрицы SWOT-анализа предъявляемым требованиям (код компетенции - ПК-7, коды индикаторов достижения компетенции – ПК-7.1, ПК-7.2, ПК-7.3).

13. Проведите экспертизу предлагаемого варианта технического задания предъявляемым требованиям (код компетенции - ПК-7, коды индикаторов достижения компетенции – ПК-7.1, ПК-7.2, ПК-7.3; код компетенции - ПК-10, коды индикаторов достижения компетенции – ПК-10.1, ПК-10.2, ПК-10.3).

14. Укажите противоречие, требующее разрешения в рамках функционирования организации в процессе реализации проекта (код компетенции - ПК-2, коды индикаторов достижения компетенции – ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3; код компетенции - ПК-3, коды индикаторов достижения компетенции – ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3).

15. Каким образом трансформировались основные составляющие первоначального варианта технического задания после проведения полновесного исследования (код компетенции - ПК-10, коды индикаторов достижения компетенции – ПК-10.1, ПК-10.2, ПК-10.3)?

16. Каковы перспективы выработки общей архитектуры стратегий проекта с учетом пересечения интересов всех целевых групп общественности? (код компетенции - ПК-2, коды индикаторов достижения компетенции – ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3; код компетенции - ПК-3, коды индикаторов достижения компетенции – ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3)

17. Возможен ли выбор доминирующей стратегии проекта (код компетенции - ПК-7, коды индикаторов достижения компетенции – ПК-7.1, ПК-7.2, ПК-7.3)?

18. Какие факторы следует учитывать при оценке альтернативных стратегий проекта? (код компетенции - ПК-2, коды индикаторов достижения компетенции – ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3; код компетенции - ПК-3, коды индикаторов достижения компетенции – ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3)

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-distantionnom-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».