

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФГБОУ ВО «БАШКИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
ФАКУЛЬТЕТ БАШКИРСКОЙ ФИЛОЛОГИИ И ЖУРНАЛИСТИКИ
КАФЕДРА ЖУРНАЛИСТИКИ

СОГЛАСОВАНО

УТВЕРЖДАЮ

на заседании Учебно-методической
комиссии факультета
Протокол № 11 от 19 июня 2019 г.

Декан факультета

 Г.Р.Абдуллина

20 июня 2019 г.

ПРОГРАММА ПРЕДИПЛОМНОЙ ПРАКТИКИ

Уровень высшего образования:

Бакалавриат

Направление подготовки

42.03.02 Журналистика

Направленность (профиль) подготовки

Производство продукции телерадиовещательных средств массовой информации

Форма обучения

Очная, заочная

Для приема: 2019

Уфа – 2019 г.

Составитель: к.ф.н. доцент Магадеева Р.Р.

Программа утверждена ученым советом факультета: протокол № 11 от «19» июня 2019 г.

Декан ФБФиЖ



/Г.Р.Абдуллина/

Дополнения и изменения, внесенные в программу практики, утверждены на заседании ученого совета факультета / института:

протокол № ____ от « ____ » _____ 201 _ г.

Декан/

/ Ф.И.О./

Дополнения и изменения, внесенные программу практики, утверждены на заседании ученого совета факультета / института:

_____ протокол № ____ от
« ____ » _____ 201 _ г.

Декан/

/ Ф.И.О./

СОДЕРЖАНИЕ

1.	Вид и тип практики, способ, формы, место и организация ее проведения	4
2.	Перечень планируемых результатов обучения при прохождении практики, соотнесенных с установленными в образовательной программе индикаторами достижения компетенций	4
3.	Место практики в структуре образовательной программы	6
4.	Объем практики	6
5.	Содержание практики	6
6.	Форма отчетности по практике	
7.	Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по практике	8
8.	Перечень учебной литературы и ресурсов сети «Интернет», необходимых для проведения практики	15
9.	Перечень информационных технологий, используемых при проведении практики, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)	16
10.	Описание материально-технической базы, необходимой для проведения практики	16

1. Вид и тип практики, способ, формы, место и организация ее проведения

1.1. Вид практики:

Вид практики: производственная (преддипломная) практика. Проводится в целях получения профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности.

1.2. Способы проведения практики:

Способ проведения практики: выездная и стационарная.

1.3. Практика проводится дискретно по видам практики.

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

1.4. Место проведения практики.

Организация проведения практики, предусмотренной настоящей программой, осуществляется БашГУ на выпускающей кафедре, деятельность которой соответствует профильным компетенциям, осваиваемым в рамках образовательной программы.

1.5. Руководство практикой.

Данная практика осуществляется в индивидуальном порядке. Общее методическое и организационное руководство практикой возлагается на научного руководителя Выпускной квалификационной работы обучающегося.

1.6. Организация проведения практики.

Направление на преддипломную практику оформляется приказом БашГУ, с указанием вида, и/или типа, срока, места прохождения практики, а также данных о руководителях практики из числа лиц, относящихся к профессорско-преподавательскому составу БашГУ.

2. Перечень планируемых результатов обучения при прохождении практики, соотнесенных с установленными в образовательной программе индикаторами достижения компетенций

2.1. Основной целью преддипломной практики является:

- завершение работы над материалом, связанным со сбором материалов для Выпускной квалификационной работы (ВКР), и окончательной подготовкой ее текста.

2.2. Основными задачами преддипломной практики являются:

- сбор, обобщение и анализ материала, необходимого для написания выпускной квалификационной работы.

- завершающая работа над медиатекстами/медиапродуктами по подготовке ВКР.

2.3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате прохождения практики:

Код компетенции по ФГОС	Формируемые компетенции (с указанием кода)	Перечень планируемых результатов обучения при прохождении практики (индикаторы достижения) с указанием кода
ПК-1	Способен к творческо-организационной	ИПК 1.1. Знает: методы сбора, обработки, проверки и анализа информации

	<p>деятельности по созданию новых продуктов телерадиовещательных СМИ</p>	<p>ИПК 1.2. Умеет: выбирать актуальные и проблемы для создания новых продуктов телерадиовещательных СМИ</p>
<p>ПК-2</p>	<p>Способен к определению формата, тематики и оценка материала для нового продукта телерадиовещательных СМИ</p>	<p>ИПК 1.3. Владеет: навыком создания новых продуктов телерадиовещательных СМИ с учетом их специфики</p> <p>ИПК 2.1. Знает: современные информационно-коммуникационные технологии; информационную специализацию СМИ; конъюнктуру медийного рынка, мировые тенденции в медиаиндустрии; корпоративные требования к продуктам телерадиовещательных СМИ; историю России, новейшую историю и основы международной политики; законодательство Российской Федерации и иные нормативные правовые акты, методические и нормативные документы, регламентирующие деятельность средств массовой информации</p> <p>ИПК 2.2. Умеет: находить информацию, выявлять и использовать различные источники информации; планировать освещение значимых событий; выделять ключевые моменты в исходном материале для последующего использования в новом продукте; анализировать информацию из различных источников, определять степень ее достоверности, ориентироваться в новостном пространстве, информационном поле; прогнозировать (оценивать) успешность будущего продукта; анализировать социально значимые процессы и явления;</p> <p>ИПК 2.3. Владеет: навыками поиска идеи/материала для нового продукта по результатам анализа российских и зарубежных источников информации; определения темы и основного содержания нового продукта и новостного блока; оценки оригинальности идеи нового продукта оценки актуальности нового продукта, его художественной ценности и востребованности; определения целевой аудитории нового продукта согласования тематики нового продукта с руководством канала</p>
<p>ПК-3</p>	<p>Способен к подготовке создания сценарного материала нового продукта</p>	<p>ИПК 3.1. Знает: законодательство Российской Федерации и иные нормативные правовые акты, методические и нормативные документы, регламентирующие деятельность средств массовой информации; историю России, новейшую историю и основы международной политики; грамматику, стилистику, фонетику русского языка; принципы создания и редактирования текстов</p> <p>ИПК 3.2. Умеет: изучать и анализировать отечественные и зарубежные источники информации по тематике создаваемых продуктов; определять актуальные и интересные темы для потребителей продуктов телерадиовещательных СМИ; использовать особенности литературного, делового, научного стилей в письменной речи; подбирать темы для материалов, планировать освещение событий, находить экспертов и комментаторов;</p>

		<p>принимать оперативные обоснованные решения;</p>
		<p>ИПК 3.3. Владеет: навыками инициирования творческих идей для создания нового продукта; формирования требований к создаваемому сценарному материалу; ведения переговоров (переписки) с авторами (сценаристами) по определению стоимости работ и сроков подготовки сценарного материала; контроля сроков выполнения работ по подготовке сценарного материала; оценки качества сценарного материала, в случае необходимости формулирования требований по доработке и внесению необходимых изменений;</p>
ПК-4 -	Способен к планированию создания нового продукта телерадиовещательных СМИ	<p>ИПК 4.1. Знает: современные технические средства и технологии для создания медийных продуктов; передовой отечественный и зарубежный опыт; методы и инструменты эффективного менеджмента; экспертный анализ и методы оценки рисков; основы бюджетирования</p>
		<p>ИПК 4.2. Умеет: определять постановочную сложность, стоимость и источники ресурсного обеспечения создания и реализации нового продукта; использовать методы эффективного менеджмента для создания производственного графика и применения технологий; использовать необходимое программное обеспечение; формировать бюджет (сметную документацию)</p>
		<p>ИПК 4.3. Владеет: навыками определения производственной мощности, необходимой для создания продукта, включая оборудование; определения потребности в кадровых ресурсах для создания продукта; выбора оптимального плана подготовки и реализации продукта; разработки производственного графика создания продукта; оценки творческой и технической составляющей для оптимизации расходов создания и реализации нового продукта оценки возможных рисков при создании продукта; расчета финансовых средств, необходимых для создания нового продукта; выявления необходимости привлечения дополнительного финансирования (инвестиций)</p>
ПК-6.	Способен к организации обеспечения производственного процесса создания нового продукта телерадиовещательных СМИ необходимыми ресурсами	<p>ИПК 6.1. Знает: принципы творческо-постановочного и технологического процессов подготовки и создания медиапрограмм; основные положения законодательства Российской Федерации в области размещения заказов на поставки товаров, выполнение работ, оказание услуг для государственных и муниципальных нужд; трудовое законодательство Российской Федерации; правила по охране труда, производственной санитарии и пожарной безопасности</p>

		<p>ИПК 6.2. Умеет: определять необходимое для реализации проекта оборудование, программное обеспечение и трудозатраты; определять необходимый уровень квалификации членов рабочей группы; вести переписку, телефонные и личные переговоры.</p>
		<p>ИПК 6.3. Владеет: навыками определения квалификационных требований к членам рабочей группы продукта (в творческой и технической части); организации подбора кадров для создания продукта; организации обеспечения продукта необходимыми материально-техническими ресурсами в рамках бюджета; подготовки к заключению договоров (контрактов)</p>
ПК-8	Способен к организации продвижения готовых продуктов и продуктов на этапе создания	<p>ИПК 8.1. Знает: законодательство Российской Федерации о рекламе; методы проведения рекламных кампаний, включая сетевые возможности продвижения контента; передовой отечественный и зарубежный опыт производства и продвижения продукции телерадиовещания; технологии медиапроизводства, программное обеспечение и аппаратные средства мультимедиа, основы компьютерной графики и анимации, компьютерные музыкальные технологии и звуковой дизайн мультимедиапрограмм; технические средства телерадиовещания</p> <p>ИПК 8.2. Умеет: определять рекламную стратегию для продвижения конечного продукта; ставить цели и определять пути их достижения; формировать имидж продукта; использовать производственно-технические возможности компьютерных технологий; определять необходимость оперативного влияния на ситуацию; оперативно реагировать на изменяющуюся ситуацию в интересах организации.</p> <p>ИПК 8.3. Владеет: Навыками формирования рекомендаций для создания промороликов; разработки маркетинговых планов продвижения продукции самостоятельно или совместно с отделом маркетинга/рекламы, создание презентационного/рекламного материала; организации проведения рекламных кампаний совместно с подразделением маркетинга; ведения переговоров с представителями телеканалов/радиостанций для согласования сетки вещания</p>
ПК-9	Способен к управлению созданием и выпуском в эфир продуктов телерадиовещательных СМИ	<p>ИПК 9.1. Знает: современные технические средства и технологии для создания медийных продуктов; передовой отечественный и зарубежный опыт; методы и инструменты эффективного менеджмента; экспертный анализ и методы оценки рисков; основы бюджетирования</p> <p>ИПК 9.2. Умеет: Определять постановочную сложность, стоимость и источники ресурсного обеспечения создания и реализации нового продукта; Использовать методы эффективного менеджмента для создания производственного графика и применения технологий; Использовать необходимое программное обеспечение; Формировать бюджет (сметную документацию)</p>

		<p>ИПК 9.3. Владеет:</p> <p>навыками определения производственной мощности, необходимой для создания продукта, включая оборудование;</p> <p>определения потребности в кадровых ресурсах для создания продукта;</p> <p>выбора оптимального плана подготовки и реализации продукта;</p> <p>разработки производственного графика создания продукта;</p> <p>оценки творческой и технической составляющей для оптимизации расходов создания и реализации нового продукта;</p> <p>оценки возможных рисков при создании продукта;</p> <p>расчета финансовых средств, необходимых для создания нового продукта;</p> <p>выявление необходимости привлечения дополнительного финансирования (инвестиций)</p>
ПК-11	Способен к оценке рейтинговых позиций существующих продуктов и планирование будущих проектов	<p>ИПК 11.1. Знает:</p> <p>конъюнктуру рынка медиапродуктов;</p> <p>особенности целевой аудитории, ее социальные и психологические характеристики</p>
		<p>ИПК 11.2. Умеет:</p> <p>выбирать наиболее эффективные методы, способы и средства получения информации;</p> <p>анализировать данные зрительского поведения и конкурентного окружения, следить за новыми тенденциями на рынке;</p> <p>определять сильные и слабые стороны конкурентов;</p> <p>использовать данные социологических исследований по изучению спроса на продукты телерадиовещательных СМИ;</p> <p>работать с большим объемом информации;</p> <p>обосновывать и принимать стратегические решения</p>
		<p>ИПК 11.3. Владеет:</p> <p>навыками определения необходимости исследования спроса на продукты/проекты;</p> <p>анализа результатов мониторинга рейтингов телерадиовещательных средств массовой информации;</p> <p>оценки эффективности и актуальности продукта/проекта;</p> <p>формирования предложения о приобретении или создании нового продукта, отвечающего концепции телерадиовещательного СМИ, по оперативному изменению программы передач</p>
ПК-12	Способен к организации работы по созданию/покупке продуктов телерадиовещательных СМИ, контроль их соответствия тематической направленности и соблюдения сроков сдачи	<p>ИПК 12.1. Знает:</p> <p>историю России, новейшую историю и основы международной политики;</p> <p>цели и задачи планируемого продукта телерадиовещательных СМИ;</p> <p>социальные и психологические характеристики целевой аудитории;</p> <p>мировые тенденции развития сферы СМИ (содержательные и технологические);</p> <p>методы производства мультимедийных продуктов, основные сведения о телекоммуникационных системах, применяемых для теле- и радиовещания;</p> <p>инновационный опыт в сфере СМИ</p>
		<p>ИПК 12.2. Умеет:</p> <p>выявлять потребность общества в информации по определенной проблематике;</p> <p>сочетать в концепции программ социальный заказ с собственными творческими идеями;</p> <p>моделировать структуру новых продуктов;</p> <p>регулировать творческие разногласия в коллективе</p>

		<p>ИПК 12.3. Владеет:</p> <ul style="list-style-type: none"> навыками формирования востребованного круга тем и проблем для освещения в СМИ определения стратегических направлений новых продуктов телерадиовещательных СМИ; определения модели и формата новых продуктов; привлечения востребованных медиаперсон для авторских проектов; контроля разработки и создания анонсов новых продуктов телерадиовещательных СМИ; координации деятельности подразделений в ходе создания новых продуктов; утверждения новых продуктов, проверка их на соответствие законодательству Российской Федерации и готовности к выходу в эфир
--	--	--

3. Место практики в структуре образовательной программы

Практика проводится в соответствии с календарным учебным графиком в 8 семестре (на заочной форме обучения – в 10 семестре) и ориентирована на закрепление изученных и осваиваемых дисциплин (модулей):

Индекс и наименование предшествующей, текущий дисциплины (модуля)	Индекс и наименование последующей дисциплины (модуля)
Б1.Б.25 Правовые основы журналистики, Б1.Б.26 Экономика и менеджмент СМИ, Б1.Б.27 Психология журналистики, Б1.Б.31 Социология журналистики, Б1.В.10 Проблемы теории журналистики.	Б3.Б.01 Подготовка и защита выпускной квалификационной работы

4. Объем практики

Учебным планом по направлению подготовки 42.03.02 Журналистика предусмотрено проведение данной практики общей продолжительностью:

Для дневной и заочной форм обучения общая трудоемкость составляет 6 зачетных единиц (216 академических часов). В том числе: в форме контактной работы 2 часа, в форме самостоятельной работы 214 часов.

5. Содержание практики

№	Разделы (этапы) практики	Виды и содержание работ, в т.ч. самостоятельная работа обучающегося	Форма текущего контроля и промежуточная аттестация
1.	Подготовительный этап.	Составление краткого плана практики; уточнение требований к выпускной квалификационной работе.	Работа с руководителем практики – научным руководителем выпускной квалификационной работы

2.	Основной этап.	Интенсивная работа над завершением ВКР: - систематизация и анализ исследовательской информации; - написание текста ВКР; - знакомство со стандартами и инструкциями, определяющими правила оформления ВКР.	Обсуждение результатов с руководителем ВКР: -- оценка достаточности материала, являющегося основой работы (эмпирикофактологического, исследовательского, профессиональнотворческого); -- оценка степени готовности и качества подготовленного текста ВКР.
3.	Заключительный этап.	Подготовка первичного варианта текста ВКР; Подготовка рецензии, отзыва	Обсуждение с руководителем ВКР эффективности пройденной практики. Предварительная защита ВКР на кафедре
	ИТОГО		дифференцированный зачет с оценкой

6. Форма отчетности по практике

Требования к форме отчетности по практике утверждены приказом Башкирского государственного университета от 20.12.2016 г. № 1508 и отражены в Положении о практике студентов. Ссылка: сайт БашГУ (правовая база) <http://www.bashedu.ru/>

В качестве основной формы и вида отчетности для всех форм обучения студентов устанавливается отчет по практике. По окончании практики студент сдает корректно, полно и аккуратно заполненный отчет по практике руководителю практики от соответствующей кафедры.

Промежуточная аттестация по итогам практики может включать защиту отчета в зависимости от требований образовательного стандарта по направлению подготовки (специальности).

Итоговой формой контроля знаний, умений и навыков по практике является дифференцированный зачет с оценкой.

Он служит для оценки работы студента в течение всего периода прохождения практики и призван выявить уровень, прочность и систематичность полученных им теоретических и практических знаний, приобретения профессиональных умений и навыков, умение синтезировать полученные знания и применять их в решении практических задач. Вопросы предполагают контроль общих методических знаний и умений, способность студентов проиллюстрировать их примерами, индивидуальными материалами, составленными студентами в течение практики.

Случаи невыполнения программы практики, получения неудовлетворительной оценки при защите отчета, а также не прохождения практики признаются академической задолженностью.

Академическая задолженность подлежит ликвидации в установленные деканатом (дирекцией) сроки.

7. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по практике

7.1. **Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы**

Код компетенции	Наименование компетенции	Этапы формирования компетенции
Профессиональные компетенции		
ПК -1	Способен к творческо-организационной деятельности по созданию новых продуктов телерадиовещательных СМИ	ИПК 1.1. Знает: методы сбора, обработки, проверки и анализа информации
		ИПК 1.2. Умеет: выбирать актуальные темы и проблемы для создания новых продуктов телерадиовещательных СМИ
		ИПК 1.3. Владеет: навыком создания новых продуктов телерадиовещательных СМИ с учетом их специфики
ПК-2	Способен к определению формата, тематики и оценке материала для нового продукта телерадиовещательных СМИ	ИПК 2.1. Знает: современные информационно-коммуникационные технологии; информационную специализацию СМИ; конъюнктуру медийного рынка, мировые тенденции в медиаиндустрии; корпоративные требования к продуктам телерадиовещательных СМИ; историю России, новейшую историю и основы международной политики; законодательство Российской Федерации и иные нормативные правовые акты, методические и нормативные документы, регламентирующие деятельность средств массовой информации
		ИПК 2.2. Умеет: находить информацию, выявлять и использовать различные источники информации; планировать освещение значимых событий; выделять ключевые моменты в исходном материале для последующего использования в новом продукте; анализировать информацию из различных источников, определять степень ее достоверности, ориентироваться в новостном пространстве, информационном поле; прогнозировать (оценивать) успешность будущего продукта; анализировать социально значимые процессы и явления;
		ИПК 2.3. Владеет: навыками поиска идеи/материала для нового продукта по результатам анализа российских и зарубежных источников информации; определения темы и основного содержания нового продукта и новостного блока; оценки оригинальности идеи нового продукта оценки актуальности нового продукта, его художественной ценности и востребованности; определения целевой аудитории нового продукта согласования тематики нового продукта с руководством канала

Код компетенции	Наименование компетенции	Этапы формирования компетенции
ПК-3	ПК-3 - Способен к получению информации для подготовки материала	<p>ИПК 3.1. Знает: законодательство Российской Федерации и иные нормативные правовые акты, методические и нормативные документы, регламентирующие деятельность средств массовой информации; историю России, новейшую историю и основы международной политики; грамматику, стилистику, фонетику русского языка; принципы создания и редактирования текстов</p>
		<p>ИПК 3.2. Умеет: изучать и анализировать отечественные и зарубежные источники информации по тематике создаваемых продуктов; определять актуальные и интересные темы для потребителей продуктов телерадиовещательных СМИ; использовать особенности литературного, делового, научного стилей в письменной речи; подбирать темы для материалов, планировать освещение событий, находить экспертов и комментаторов; принимать оперативные обоснованные решения;</p>
		<p>ИПК 3.3. Владеет: навыками инициирования творческих идей для создания нового продукта; формирования требований к создаваемому сценарному материалу; ведения переговоров (переписки) с авторами (сценаристами) по определению стоимости работ и сроков подготовки сценарного материала; контроля сроков выполнения работ по подготовке сценарного материала; оценки качества сценарного материала, в случае необходимости формулирования требований по доработке и внесению необходимых изменений;</p>
ПК-4	Способен к обработке, проверке и формированию полученной информации для материала	<p>ИПК 4.1. Знает: современные технические средства и технологии для создания медийных продуктов; передовой отечественный и зарубежный опыт; методы и инструменты эффективного менеджмента; экспертный анализ и методы оценки рисков; основы бюджетирования</p>
		<p>ИПК 4.2. Умеет: определять постановочную сложность, стоимость и источники ресурсного обеспечения создания и реализации нового продукта; использовать методы эффективного менеджмента для создания производственного графика и применения технологий; использовать необходимое программное обеспечение; формировать бюджет (сметную документацию)</p>
		<p>ИПК 4.3. Владеет: навыками определения производственной мощности, необходимой для создания продукта, включая оборудование; определения потребности в кадровых ресурсах для создания продукта; выбора оптимального плана подготовки и реализации продукта; разработки производственного графика создания продукта; оценки творческой и технической составляющей для оптимизации расходов создания и реализации нового продукта оценки возможных рисков при создании продукта; расчета финансовых средств, необходимых для создания нового продукта; выявления необходимости привлечения дополнительного финансирования (инвестиций)</p>

Код компетенции	Наименование компетенции	Этапы формирования компетенции
ПК-6	Способен к организации обеспечения производственного процесса создания нового продукта телерадиовещательных СМИ необходимыми ресурсами.	<p>ИПК 6.1. Знает: принципы творческо-постановочного и технологического процессов подготовки и создания медиапрограмм; основные положения законодательства Российской Федерации в области размещения заказов на поставки товаров, выполнение работ, оказание услуг для государственных и муниципальных нужд; трудовое законодательство Российской Федерации; правила по охране труда, производственной санитарии и пожарной безопасности</p> <p>ИПК 6.2. Умеет: определять необходимое для реализации проекта оборудование, программное обеспечение и трудозатраты; определять необходимый уровень квалификации членов рабочей группы; вести переписку, телефонные и личные переговоры.</p> <p>ИПК 6.3. Владеет: навыками определения квалификационных требований к членам рабочей группы продукта (в творческой и технической части); организации подбора кадров для создания продукта; организации обеспечения продукта необходимыми материально-техническими ресурсами в рамках бюджета; подготовки к заключению договоров (контрактов)</p>
ПК-8	Способен к организации продвижения готовых продуктов и продуктов на этапе создания	<p>ИПК 8.1. Знает: законодательство Российской Федерации о рекламе; методы проведения рекламных кампаний, включая сетевые возможности продвижения контента; передовой отечественный и зарубежный опыт производства и продвижения продукции телерадиовещания; технологии медиапроизводства, программное обеспечение и аппаратные средства мультимедиа, основы компьютерной графики и анимации, компьютерные музыкальные технологии и звуковой дизайн мультимедиапрограмм; технические средства телерадиовещания</p> <p>ИПК 8.2. Умеет: определять рекламную стратегию для продвижения конечного продукта; ставить цели и определять пути их достижения; формировать имидж продукта; использовать производственно-технические возможности компьютерных технологий; определять необходимость оперативного влияния на ситуацию; оперативно реагировать на изменяющуюся ситуацию в интересах организации.</p>

Код компетенции	Наименование компетенции	Этапы формирования компетенции
		<p>ИПК 8.3. Владеет:</p> <p>Навыками формирования рекомендаций для создания промороликов;</p> <p>разработки маркетинговых планов продвижения продукции самостоятельно или совместно с отделом маркетинга/рекламы, создание презентационного/рекламного материала;</p> <p>организации проведения рекламных кампаний совместно с подразделением маркетинга;</p> <p>ведения переговоров с представителями телеканалов/радиостанций для согласования сетки вещания</p>
ПК-9	Способен к управлению созданием и выпуском в эфир продуктов телерадиовещательных СМИ	<p>ИПК 9.1. Знает: современные технические средства и технологии для создания медийных продуктов; передовой отечественный и зарубежный опыт; Методы и инструменты эффективного менеджмента; Экспертный анализ и методы оценки рисков; Основы бюджетирования</p> <p>ИПК 9.2. Умеет: Определять постановочную сложность, стоимость и источники ресурсного обеспечения создания и реализации нового продукта; Использовать методы эффективного менеджмента для создания производственного графика и применения технологий; Использовать необходимое программное обеспечение; Формировать бюджет (сметную документацию)</p> <p>ИПК 9.3. Владеет: навыками определения производственной мощности, необходимой для создания продукта, включая оборудование; определения потребности в кадровых ресурсах для создания продукта; выбора оптимального плана подготовки и реализации продукта; разработки производственного графика создания продукта; оценки творческой и технической составляющей для оптимизации расходов создания и реализации нового продукта; оценки возможных рисков при создании продукта; расчета финансовых средств, необходимых для создания нового продукта; выявление необходимости привлечения дополнительного финансирования (инвестиций)</p>
ПК-11	-Способен к оценке рейтинговых позиций существующих продуктов и планирование будущих проектов	<p>ИПК 11.1. Знает: конъюнктуру рынка медиапродуктов; особенности целевой аудитории, ее социальные и психологические характеристики</p> <p>ИПК 11.2. Умеет: выбирать наиболее эффективные методы, способы и средства получения информации; анализировать данные зрительского поведения и конкурентного окружения, следить за новыми тенденциями на рынке; определять сильные и слабые стороны конкурентов; использовать данные социологических исследований по изучению спроса на продукты телерадиовещательных СМИ; работать с большим объемом информации; обосновывать и принимать стратегические решения</p>

Код компетенции	Наименование компетенции	Этапы формирования компетенции
		ИПК 11.3. Владеет: навыками определения необходимости исследования спроса на продукты/проекты; анализа результатов мониторинга рейтингов телерадиовещательных средств массовой информации; оценки эффективности и актуальности продукта/проекта; формирования предложения о приобретении или создании нового продукта, отвечающего концепции телерадиовещательного СМИ, по оперативному изменению программы передач
ПК-12	Способен к организации работы по созданию/покупке продуктов телерадиовещательных СМИ, контроль их соответствия тематической направленности и соблюдения сроков сдачи	ИПК 12.1. Знает: историю России, новейшую историю и основы международной политики; цели и задачи планируемого продукта телерадиовещательных СМИ; социальные и психологические характеристики целевой аудитории; мировые тенденции развития сферы СМИ (содержательные и технологические); методы производства мультимедийных продуктов, основные сведения о телекоммуникационных системах, применяемых для теле- и радиовещания; инновационный опыт в сфере СМИ
		ИПК 12.2. Умеет: выявлять потребность общества в информации по определенной проблематике; сочетать в концепции программ социальный заказ с собственными творческими идеями; моделировать структуру новых продуктов; регулировать творческие разногласия в коллективе
		ИПК 12.3. Владеет: навыками формирования востребованного круга тем и проблем для освещения в СМИ определения стратегических направлений новых продуктов телерадиовещательных СМИ; определения модели и формата новых продуктов; привлечения востребованных медиаперсон для авторских проектов; контроля разработки и создания анонсов новых продуктов телерадиовещательных СМИ; координации деятельности подразделений в ходе создания новых продуктов; утверждения новых продуктов, проверка их на соответствие законодательству Российской Федерации и готовности к выходу в эфир

7.2 Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания.

Наименование компетенции (с указанием кода)	Индикаторы достижения компетенции (с указанием кода)	Критерии оценивания	Шкала оценивания
ПК-1 - Способен к творческо-	ИПК 1.1. Знает: методы сбора,	Демонстрирует исчерпывающие знания методов сбора, проверки и анализа информации;	отлично

организационной деятельности по созданию новых продуктов телерадиовещательных СМИ	обработки, проверки и анализа информации ИПК 1.2. Умеет: выбирать актуальные темы и проблемы для создания новых продуктов телерадиовещательных СМИ ИПК 1.3. Владеет: навыком создания новых продуктов телерадиовещательных СМИ с учетом их специфики	Демонстрирует сформированное умение выбирать актуальные темы и проблемы для создания новых продуктов телерадиовещательных СМИ	хорошо
		Успешно владеет навыками создания новых продуктов телерадиовещательных СМИ с учетом их специфики	
		Знает методов сбора, проверки и анализа информации;	
		Может выбирать актуальные темы и проблемы для создания новых продуктов телерадиовещательных СМИ	
		Владеет основными навыком создания новых продуктов телерадиовещательных СМИ с учетом их специфики	

		Демонстрирует бессистемные знания о методах сбора, проверки и анализа информации	удовлетворительно
		Слабо ориентируется в актуальных темах и проблемах для создания новых продуктов телерадиовещательных СМИ;	
		Показывает слабые навыки создания новых продуктов телерадиовещательных СМИ с учетом их специфики	
		Не знает методы сбора, проверки и анализа информации;	неудовлетворительно
		Не умеет выбирать актуальные темы и проблемы для создания новых продуктов телерадиовещательных СМИ; ;	
		Не владеет навыками создания новых продуктов телерадиовещательных СМИ с учетом их специфики	
ПК- 2: Способен к определению формата, тематики и оценке материала для нового продукта телерадиовещательных СМИ	ИПК 2.1. Знает: современные информационно-коммуникационные технологии; информационную специализацию СМИ; конъюнктуру медийного рынка, мировые тенденции в медиаиндустрии; корпоративные требования к продуктам телерадиовещательных СМИ; историю России, новейшую историю и основы международной политики; законодательство Российской Федерации и иные нормативные правовые акты, методические и нормативные документы,	Демонстрирует безупречные знания современных информационно-коммуникационных технологий; информационную специализацию СМИ; конъюнктуру медийного рынка, мировые тенденции в медиаиндустрии; корпоративные требования к продуктам телерадиовещательных СМИ; историю России, новейшую историю и основы международной политики; законодательство Российской Федерации и иные нормативные правовые акты, методические и нормативные документы, регламентирующие деятельность средств массовой информации	Отлично

<p>регламентирующие деятельность средств массовой информации</p> <p>ИПК 2.2. Умеет: находить информацию, выявлять и использовать различные источники информации; планировать освещение значимых событий; выделять ключевые моменты в исходном материале для последующего использования в новом продукте; анализировать информацию из различных источников, определять степень ее достоверности, ориентироваться в новостном пространстве, информационном поле; прогнозировать (оценивать) успешность будущего продукта; анализировать социально значимые процессы и явления;</p>	<p>Сформированные умения находить информацию, выявлять и использовать различные источники информации; планировать освещение значимых событий; выделять ключевые моменты в исходном материале для последующего использования в новом продукте; анализировать информацию из различных источников, определять степень ее достоверности, ориентироваться в новостном пространстве, информационном поле; прогнозировать (оценивать) успешность будущего продукта; анализировать социально значимые процессы и явления;</p>
<p>ИПК 2.3. Владеет: навыками поиска идеи/материала для нового продукта по результатам анализа российских и зарубежных источников информации; определения темы и основного содержания нового продукта и новостного блока; оценки оригинальности идеи нового продукта оценки актуальности нового продукта, его художественной ценности и востребованности; определения целевой аудитории нового продукта согласования тематики нового продукта с руководством канала</p>	<p>Сформированные навыки поиска идеи/материала для нового продукта по результатам анализа российских и зарубежных источников информации; определения темы и основного содержания нового продукта и новостного блока; оценки оригинальности идеи нового продукта оценки актуальности нового продукта, его художественной ценности и востребованности; определения целевой аудитории нового продукта согласования тематики нового продукта с руководством канал</p>
	<p>Сформированные, имеющие незначительные пробелы в знании современных информационно-коммуникационных технологий; информационную специализацию СМИ; конъюнктуру медийного рынка, мировые тенденции в медиаиндустрии; корпоративные требования к продуктам телерадиовещательных СМИ; историю России, новейшую историю и основы международной политики; законодательство Российской Федерации и иные нормативные правовые акты, методические и нормативные документы, регламентирующие деятельность средств массовой информации</p> <p>Сформированные, имеющие незначительные пробелы в умении</p>

Хорошо

<p>находить информацию, выявлять и использовать различные источники информации; планировать освещение значимых событий; выделять ключевые моменты в исходном материале для последующего использования в новом продукте; анализировать информацию из различных источников, определять степень ее достоверности, ориентироваться в новостном пространстве, информационном поле; прогнозировать (оценивать) успешность будущего продукта; анализировать социально значимые процессы и явления;</p>	<p>Сформированные, не имеющие незначительные пробелы во владении навыками поиска идеи/материала для нового продукта по результатам анализа российских и зарубежных источников информации; определения темы и основного содержания нового продукта и новостного блока; оценки оригинальности идеи нового продукта оценки актуальности нового продукта, его художественной ценности и востребованности; определения целевой аудитории нового продукта согласования тематики нового продукта с руководством канал</p>	<p>Сформированные, но имеющие значительные пробелы в знании современных информационно-коммуникационных технологий; информационную специализацию СМИ; конъюнктуру медийного рынка, мировые тенденции в медиаиндустрии; корпоративные требования к продуктам телерадиовещательных СМИ; историю России, новейшую историю и основы международной политики; законодательство Российской Федерации и иные нормативные правовые акты, методические и нормативные документы, регламентирующие деятельность средств массовой информации</p>	<p>Сформированные, но имеющие значительные пробелы в умении находить информацию, выявлять и использовать различные источники информации; планировать освещение значимых событий; выделять ключевые моменты в исходном материале для</p>
--	---	---	---

Удовлетворительно

<p>последующего использования в новом продукте; анализировать информацию из различных источников, определять степень ее достоверности, ориентироваться в новостном пространстве, информационном поле; прогнозировать (оценивать) успешность будущего продукта; анализировать социально значимые процессы и явления;</p>	<p>Сформированные, но имеющие значительные пробелы во владении навыками поиска идеи/материала для нового продукта по результатам анализа российских и зарубежных источников информации; определения темы и основного содержания нового продукта и новостного блока; оценки оригинальности идеи нового продукта оценки актуальности нового продукта, его художественной ценности и востребованности; определения целевой аудитории нового продукта согласования тематики нового продукта с руководством канал</p>	<p>отсутствие знаний современных информационно-коммуникационных технологий; информационную специализацию СМИ; конъюнктуру медийного рынка, мировые тенденции в медиаиндустрии; корпоративные требования к продуктам телерадиовещательных СМИ; историю России, новейшую историю и основы международной политики; законодательство Российской Федерации и иные нормативные правовые акты, методические и нормативные документы, регламентирующие деятельность средств массовой информации</p>	<p>Отсутствие умений находить информацию, выявлять и использовать различные источники информации; планировать освещение значимых событий; выделять ключевые моменты в исходном материале для последующего использования в новом продукте; анализировать информацию из различных источников, определять степень ее достоверности,</p>
---	--	---	--

неудовлетворительно

		<p>ориентироваться в новостном пространстве, информационном поле; прогнозировать (оценивать) успешность будущего продукта; анализировать социально значимые процессы и явления;</p> <p>Отсутствие владений навыками поиска идеи/материала для нового продукта по результатам анализа российских и зарубежных источников информации; определения темы и основного содержания нового продукта и новостного блока; оценки оригинальности идеи нового продукта</p> <p>оценки актуальности нового продукта, его художественной ценности и востребованности; определения целевой аудитории нового продукта</p> <p>согласования тематики нового продукта с руководством канал</p>	
<p>ПК- 3 Способен к подготовке создания сценарного материала нового продукта</p>	<p>ИПК 3.1. Знает: законодательство Российской Федерации и иные нормативные правовые акты, методические и нормативные документы, регламентирующие деятельность средств массовой информации; историю России, новейшую историю и основы международной политики; грамматику, стилистику, фонетику русского языка; принципы создания и редактирования текстов</p> <p>ИПК 3.2. Умеет: изучать и анализировать отечественные и зарубежные источники информации по тематике создаваемых продуктов; определять актуальные и интересные темы для потребителей продуктов телерадиовещательных СМИ; использовать особенности литературного, делового, научного стилей в письменной речи; подбирать темы для материалов, планировать освещение событий, находить экспертов и комментаторов;</p>	<p>Сформированные знания Законодательства Российской Федерации и иных нормативных правовых актов, методических и нормативных документов, регламентирующих деятельность средств массовой информации; историю России, новейшую историю и основы международной политики; грамматику, стилистику, фонетику русского языка; принципы создания и редактирования текстов</p> <p>Сформированные умения изучать и анализировать отечественные и зарубежные источники информации по тематике создаваемых продуктов; определять актуальные и интересные темы для потребителей продуктов телерадиовещательных СМИ; использовать особенности литературного, делового, научного стилей в письменной речи; подбирать темы для материалов, планировать освещение событий, находить экспертов и комментаторов; принимать оперативные обоснованные решения;</p>	<p>отлично</p>

принимать оперативные обоснованные решения;
ИПК 3.3. Владеет:
навыками инициирования творческих идей для создания нового продукта;
формирования требований к создаваемому сценарному материалу;
ведения переговоров (переписки) с авторами (сценаристами) по определению стоимости работ и сроков подготовки сценарного материала;
контроля сроков выполнения работ по подготовке сценарного материала;
оценки качества сценарного материала, в случае необходимости формулирования требований по доработке и внесению необходимых изменений;

Сформированные владения навыками инициирования творческих идей для создания нового продукта;
формирования требований к создаваемому сценарному материалу;
ведения переговоров (переписки) с авторами (сценаристами) по определению стоимости работ и сроков подготовки сценарного материала;
контроля сроков выполнения работ по подготовке сценарного материала;
оценки качества сценарного материала, в случае необходимости формулирования требований по доработке и внесению необходимых изменений;

Сформированные, имеющие незначительные пробелы в знании Законодательства Российской Федерации и иных нормативных правовых актов, методических и нормативных документов, регламентирующих деятельность средств массовой информации;
историю России, новейшую историю и основы международной политики;
грамматику, стилистику, фонетику русского языка;
принципы создания и редактирования текстов

Сформированные, имеющие незначительные пробелы в умении изучать и анализировать отечественные и зарубежные источники информации по тематике создаваемых продуктов;
определять актуальные и интересные темы для потребителей продуктов телерадиовещательных СМИ;
использовать особенности литературного, делового, научного стилей в письменной речи;
подбирать темы для материалов, планировать освещение событий, находить экспертов и комментаторов;
принимать оперативные обоснованные решения;

Сформированные, имеющие незначительные пробелы во владении навыками инициирования творческих идей для создания нового продукта;
формирования требований к создаваемому сценарному материалу;
ведения переговоров (переписки) с авторами (сценаристами) по определению стоимости работ и сроков подготовки сценарного материала;

Хорошо

<p>контроля сроков выполнения работ по подготовке сценарного материала; оценки качества сценарного материала, в случае необходимости формулирования требований по доработке и внесению необходимых изменений;</p>	<p>Удовлетворительно</p>
<p>Сформированные, имеющие значительные пробелы в знании Законодательства Российской Федерации и иных нормативных правовых актов, методических и нормативных документов, регламентирующих деятельность средств массовой информации; историю России, новейшую историю и основы международной политики; грамматику, стилистику, фонетику русского языка; принципы создания и редактирования текстов</p>	
<p>Сформированные, имеющие значительные пробелы в умении изучать и анализировать отечественные и зарубежные источники информации по тематике создаваемых продуктов; определять актуальные и интересные темы для потребителей продуктов телерадиовещательных СМИ; использовать особенности литературного, делового, научного стилей в письменной речи; подбирать темы для материалов, планировать освещение событий, находить экспертов и комментаторов; принимать оперативные обоснованные решения;</p>	
<p>Сформированные, имеющие значительные пробелы во владении навыками инициирования творческих идей для создания нового продукта; формирования требований к создаваемому сценарному материалу; ведения переговоров (переписки) с авторами (сценаристами) по определению стоимости работ и сроков подготовки сценарного материала; контроля сроков выполнения работ по подготовке сценарного материала; оценки качества сценарного материала, в случае необходимости формулирования требований по доработке и внесению необходимых изменений;</p>	
<p>Отсутствие знаний Законодательства Российской Федерации и иных нормативных правовых актов, методических и нормативных документов, регламентирующих деятельность средств массовой информации;</p>	

неудовлетворительно

		<p>историю России, новейшую историю и основы международной политики; грамматику, стилистику, фонетику русского языка; принципы создания и редактирования текстов</p>	
		<p>Отсутствие умений изучать и анализировать отечественные и зарубежные источники информации по тематике создаваемых продуктов; определять актуальные и интересные темы для потребителей продуктов телерадиовещательных СМИ; использовать особенности литературного, делового, научного стилей в письменной речи; подбирать темы для материалов, планировать освещение событий, находить экспертов и комментаторов; принимать оперативные обоснованные решения;</p>	
		<p>Отсутствие владений навыками инициирования творческих идей для создания нового продукта; формирования требований к создаваемому сценарному материалу; ведения переговоров (переписки) с авторами (сценаристами) по определению стоимости работ и сроков подготовки сценарного материала; контроля сроков выполнения работ по подготовке сценарного материала; оценки качества сценарного материала, в случае необходимости формулирования требований по доработке и внесению необходимых изменений;</p>	
<p>ПК-4 - Способен к планированию создания нового продукта телерадиовещательных СМИ</p>	<p>ИПК 4.1. Знает: современные технические средства и технологии для создания медийных продуктов; передовой отечественный и зарубежный опыт; методы и инструменты эффективного менеджмента; экспертный анализ и методы оценки рисков; основы бюджетирования ИПК 4.2. Умеет: определять постановочную сложность, стоимость и источники ресурсного обеспечения создания и реализации нового продукта; использовать методы эффективного менеджмента для создания производственного графика и применения технологий; использовать необходимое программное обеспечение; формировать бюджет (сметную документацию)</p>	<p>Сформированные знания современные технические средства и технологии для создания медийных продуктов; передовой отечественный и зарубежный опыт; методы и инструменты эффективного менеджмента; экспертный анализ и методы оценки рисков; основы бюджетирования</p> <p>Сформированные умения определять постановочную сложность, стоимость и источники ресурсного обеспечения создания и реализации нового продукта; использовать методы эффективного менеджмента для создания производственного графика и применения технологий; использовать необходимое программное обеспечение; формировать бюджет (сметную документацию)</p>	<p>отлично</p>

<p>ИПК 4.3. Владеет: навыками определения производственной мощности, необходимой для создания продукта, включая оборудование; определения потребности в кадровых ресурсах для создания продукта; выбора оптимального плана подготовки и реализации продукта; разработки производственного графика создания продукта; оценки творческой и технической составляющей для оптимизации расходов создания и реализации нового продукта оценки возможных рисков при создании продукта; расчета финансовых средств, необходимых для создания нового продукта; выявления необходимости привлечения дополнительного финансирования (инвестиций)</p>	<p>Сформированные владения навыками определения производственной мощности, необходимой для создания продукта, включая оборудование; определения потребности в кадровых ресурсах для создания продукта; выбора оптимального плана подготовки и реализации продукта; разработки производственного графика создания продукта; оценки творческой и технической составляющей для оптимизации расходов создания и реализации нового продукта оценки возможных рисков при создании продукта; расчета финансовых средств, необходимых для создания нового продукта; выявления необходимости привлечения дополнительного финансирования (инвестиций)</p>
	<p>Сформированные, имеющие незначительные пробелы в знании современных технических средств и технологии для создания медийных продуктов; передового отечественного и зарубежного опыта; методов и инструментов эффективного менеджмента; экспертного анализа и методов оценки рисков; основы бюджетирования</p>
	<p>Сформированные, имеющие незначительные пробелы в умении определять постановочную сложность, стоимость и источники ресурсного обеспечения создания и реализации нового продукта; использовать методы эффективного менеджмента для создания производственного графика и применения технологий; использовать необходимое программное обеспечение; формировать бюджет (сметную документацию)</p>
	<p>Сформированные, имеющие незначительные пробелы в владении навыками определения производственной мощности, необходимой для создания продукта, включая оборудование; определения потребности в кадровых ресурсах для создания продукта; выбора оптимального плана подготовки и реализации продукта; разработки производственного графика создания продукта; оценки творческой и технической составляющей для оптимизации</p>

хорошо

<p>расходов создания и реализации нового продукта оценки возможных рисков при создании продукта; расчета финансовых средств, необходимых для создания нового продукта; выявления необходимости привлечения дополнительного финансирования (инвестиций)</p>	
<p>Сформированные, но имеющие значительные пробелы в знании современных технических средств и технологии для создания медийных продуктов; передового отечественного и зарубежного опыта; методов и инструментов эффективного менеджмента; экспертного анализа и методов оценки рисков; основы бюджетирования</p>	удовлетворительно
<p>Сформированные, но имеющие значительные пробелы в умении определять постановочную сложность, стоимость и источники ресурсного обеспечения создания и реализации нового продукта; использовать методы эффективного менеджмента для создания производственного графика и применения технологий; использовать необходимое программное обеспечение; формировать бюджет (сметную документацию)</p>	
<p>Сформированные, но имеющие значительные пробелы во владении навыками определения производственной мощности, необходимой для создания продукта, включая оборудование; определения потребности в кадровых ресурсах для создания продукта; выбора оптимального плана подготовки и реализации продукта; разработки производственного графика создания продукта; оценки творческой и технической составляющей для оптимизации расходов создания и реализации нового продукта оценки возможных рисков при создании продукта; расчета финансовых средств, необходимых для создания нового продукта; выявления необходимости привлечения дополнительного финансирования (инвестиций)</p>	
<p>Отсутствие знаний современных технических средств и технологии для создания медийных продуктов;</p>	неудовлетворительно

		<p>передового отечественного и зарубежного опыта; методов и инструментов эффективного менеджмента; экспертного анализа и методов оценки рисков; основы бюджетирования</p> <p>Отсутствие умений определять постановочную сложность, стоимость и источники ресурсного обеспечения создания и реализации нового продукта; использовать методы эффективного менеджмента для создания производственного графика и применения технологий; использовать необходимое программное обеспечение; формировать бюджет (сметную документацию)</p> <p>Отсутствие владений навыками определения производственной мощности, необходимой для создания продукта, включая оборудование; определения потребности в кадровых ресурсах для создания продукта; выбора оптимального плана подготовки и реализации продукта; разработки производственного графика создания продукта; оценки творческой и технической составляющей для оптимизации расходов создания и реализации нового продукта оценки возможных рисков при создании продукта; расчета финансовых средств, необходимых для создания нового продукта; выявления необходимости привлечения дополнительного финансирования (инвестиций)</p>	
<p>ПК-6 - Способен к организации обеспечения производственно го процесса создания нового продукта телерадиовещат ельных СМИ необходимыми ресурсами.</p>	<p>ИПК 6.1. Знает: принципы творческо-постановочного и технологического процессов подготовки и создания медиапрограмм; основные положения законодательства Российской Федерации в области размещения заказов на поставки товаров, выполнение работ, оказание услуг для государственных и муниципальных нужд; трудовое законодательство Российской Федерации; правила по охране труда, производственной санитарии и пожарной безопасности</p> <p>ИПК 6.2. Умеет:</p>	<p>Сформированные знания принципов творческо- постановочного и технологического процессов подготовки и создания медиапрограмм; основных положений законодательства Российской Федерации в области размещения заказов на поставки товаров, выполнение работ, оказание услуг для государственных и муниципальных нужд; трудового законодательства Российской Федерации; правил по охране труда, производственной санитарии и пожарной безопасности</p>	<p>отлично</p>

	<p>определять необходимое для реализации проекта оборудование, программное обеспечение и трудозатраты; определять необходимый уровень квалификации членов рабочей группы; вести переписку, телефонные и личные переговоры. ИПК 6.3. Владеет: навыками определения квалификационных требований к членам рабочей группы продукта (в творческой и технической части); организации подбора кадров для создания продукта; организации обеспечения продукта необходимыми материально-техническими ресурсами в рамках бюджета; подготовки к заключению договоров (контрактов)</p>	<p>Сформированные умения: определять необходимое для реализации проекта оборудование, программное обеспечение и трудозатраты; определять необходимый уровень квалификации членов рабочей группы; вести переписку, телефонные и личные переговоры.</p> <p>Сформированные владения навыками определения квалификационных требований к членам рабочей группы продукта (в творческой и технической части); организации подбора кадров для создания продукта; организации обеспечения продукта необходимыми материально-техническими ресурсами в рамках бюджета; подготовки к заключению договоров (контрактов)</p>	
<p>ПК -8- Способен к организации продвижения готовых продуктов и продуктов на этапе создания</p>	<p>ИПК 8.1. Знает: законодательство Российской Федерации о рекламе; методы проведения рекламных кампаний, включая сетевые возможности продвижения контента; передовой отечественный и зарубежный опыт производства и продвижения продукции телерадиовещания; технологии медиапроизводства, программное обеспечение и аппаратные средства мультимедиа, основы компьютерной графики и анимации, компьютерные музыкальные технологии и звуковой дизайн мультимедиапрограмм; технические средства телерадиовещания ИПК 8.2. Умеет: определять рекламную стратегию для продвижения конечного продукта; ставить цели и определять пути их достижения; формировать имидж продукта; использовать производственно-технические возможности компьютерных технологий; определять необходимость оперативного влияния на ситуацию; оперативно реагировать на изменяющуюся ситуацию в интересах организации. ИПК 8.3. Владеет:</p>	<p>Сформированные, имеющие незначительные пробелы в знании законодательства Российской Федерации о рекламе; методы проведения рекламных кампаний, включая сетевые возможности продвижения контента; передовой отечественный и зарубежный опыт производства и продвижения продукции телерадиовещания; технологии медиапроизводства, программное обеспечение и аппаратные средства мультимедиа, основы компьютерной графики и анимации, компьютерные музыкальные технологии и звуковой дизайн мультимедиапрограмм; технические средства телерадиовещания.</p> <p>Сформированные, имеющие незначительные пробелы в умении определять рекламную стратегию для продвижения конечного продукта; ставить цели и определять пути их достижения; формировать имидж продукта; использовать производственно-технические возможности компьютерных технологий; определять необходимость оперативного влияния на ситуацию; оперативно реагировать на изменяющуюся ситуацию в интересах организации.</p>	<p>хорошо</p>

	<p>навыками формирования рекомендаций для создания промороликов; разработки маркетинговых планов продвижения продукции самостоятельно или совместно с отделом маркетинга/рекламы, создание презентационного/рекламного материала; организации проведения рекламных кампаний совместно с подразделением маркетинга; ведения переговоров с представителями телеканалов/радиостанций для согласования сетки вещания</p>	<p>Сформированные, имеющие незначительные пробелы во владении навыками формирования рекомендаций для создания промороликов; разработки маркетинговых планов продвижения продукции самостоятельно или совместно с отделом маркетинга/рекламы, создание презентационного/рекламного материала; организации проведения рекламных кампаний совместно с подразделением маркетинга; ведения переговоров с представителями телеканалов/радиостанций для согласования сетки вещания</p>	
		<p>Сформированные, но имеющие значительные пробелы в знании законодательства Российской Федерации о рекламе; методы проведения рекламных кампаний, включая сетевые возможности продвижения контента; передовой отечественный и зарубежный опыт производства и продвижения продукции телерадиовещания; технологии медиапроизводства, программное обеспечение и аппаратные средства мультимедиа, основы компьютерной графики и анимации, компьютерные музыкальные технологии и звуковой дизайн мультимедиапрограмм; технические средства телерадиовещания.</p>	удовлетворительно
		<p>Сформированные, но имеющие значительные пробелы в умении определять рекламную стратегию для продвижения конечного продукта; ставить цели и определять пути их достижения; формировать имидж продукта; использовать производственно-технические возможности компьютерных технологий; определять необходимость оперативного влияния на ситуацию; оперативно реагировать на изменяющуюся ситуацию в интересах организации.</p>	
		<p>Сформированные, но имеющие значительные пробелы во владении навыками формирования рекомендаций для создания промороликов; разработки маркетинговых планов продвижения продукции самостоятельно или совместно с отделом маркетинга/рекламы,</p>	

		<p>создание презентационного/рекламного материала; организации проведения рекламных кампаний совместно с подразделением маркетинга; ведения переговоров с представителями телеканалов/радиостанций для согласования сетки вещания</p>	
		<p>Отсутствие знаний законодательства Российской Федерации о рекламе; методы проведения рекламных кампаний, включая сетевые возможности продвижения контента; передовой отечественный и зарубежный опыт производства и продвижения продукции телерадиовещания; технологии медиапроизводства, программное обеспечение и аппаратные средства мультимедиа, основы компьютерной графики и анимации, компьютерные музыкальные технологии и звуковой дизайн мультимедиапрограмм; технические средства телерадиовещания.</p>	<p>неудовлетворительно</p>
		<p>Отсутствие умений определять рекламную стратегию для продвижения конечного продукта; ставить цели и определять пути их достижения; формировать имидж продукта; использовать производственно-технические возможности компьютерных технологий; определять необходимость оперативного влияния на ситуацию; оперативно реагировать на изменяющуюся ситуацию в интересах организации.</p>	
		<p>Отсутствие владений навыками формирования рекомендаций для создания промороликов; разработки маркетинговых планов продвижения продукции самостоятельно или совместно с отделом маркетинга/рекламы, создание презентационного/рекламного материала; организации проведения рекламных кампаний совместно с подразделением маркетинга; ведения переговоров с представителями</p>	

		телеканалов/радиостанций для согласования сетки вещания	
ПК-9 -Способен к управлению созданием и выпуском в эфир продуктов телерадиовещательных СМИ	<p>ИПК 9.1. Знает: современные технические средства и технологии для создания медийных продуктов; передовой отечественный и зарубежный опыт; методы и инструменты эффективного менеджмента; экспертный анализ и методы оценки рисков; основы бюджетирования</p> <p>ИПК 9.2. Умеет: Определять постановочную сложность, стоимость и источники ресурсного обеспечения создания и реализации нового продукта; Использовать методы эффективного менеджмента для создания производственного графика и применения технологий; Использовать необходимое программное обеспечение; Формировать бюджет (сметную документацию)</p> <p>ИПК 9.3. Владеет: навыками определения производственной мощности, необходимой для создания продукта, включая оборудование; определения потребности в кадровых ресурсах для создания продукта; выбора оптимального плана подготовки и реализации продукта; разработки производственного графика создания продукта; оценки творческой и технической составляющей для оптимизации расходов создания и реализации нового продукта; оценки возможных рисков при создании продукта; расчета финансовых средств, необходимых для создания нового продукта; выявление необходимости привлечения дополнительного финансирования (инвестиций)</p>	<p>Сформированные знания современные технические средства и технологии для создания медийных продуктов; передовой отечественный и зарубежный опыт; методы и инструменты эффективного менеджмента; экспертный анализ и методы оценки рисков; основы бюджетирования</p> <p>сформированные умения определять постановочную сложность, стоимость и источники ресурсного обеспечения создания и реализации нового продукта;</p> <p>Использовать методы эффективного менеджмента для создания производственного графика и применения технологий; Использовать необходимое программное обеспечение; Формировать бюджет (сметную документацию)</p> <p>Сформированные владения навыками определения производственной мощности, необходимой для создания продукта, включая оборудование; определения потребности в кадровых ресурсах для создания продукта; выбора оптимального плана подготовки и реализации продукта; разработки производственного графика создания продукта; оценки творческой и технической составляющей для оптимизации расходов создания и реализации нового продукта; оценки возможных рисков при создании продукта; расчета финансовых средств, необходимых для создания нового продукта; выявление необходимости привлечения дополнительного финансирования (инвестиций)</p>	Отлично

		<p>Сформированные, имеющие незначительные пробелы в знании современных технических средств и технологий для создания медийных продуктов; передового отечественного и зарубежного опыта; методов и инструментов эффективного менеджмента; экспертного анализа и методов оценки рисков; основ бюджетирования</p>	Хорошо
		<p>Сформированные, имеющие незначительные пробелы в умении определять постановочную сложность, стоимость и источники ресурсного обеспечения создания и реализации нового продукта; использовать методы эффективного менеджмента для создания производственного графика и применения технологий; использовать необходимое программное обеспечение; формировать бюджет (сметную документацию)</p>	
		<p>Сформированные, имеющие незначительные пробелы в владении навыками определения производственной мощности, необходимой для создания продукта, включая оборудование; определения потребности в кадровых ресурсах для создания продукта; выбора оптимального плана подготовки и реализации продукта; разработки производственного графика создания продукта; оценки творческой и технической составляющей для оптимизации расходов создания и реализации нового продукта; оценки возможных рисков при создании продукта; расчета финансовых средств, необходимых для создания нового продукта; выявления необходимости привлечения дополнительного финансирования (инвестиций)</p>	
		<p>Сформированные, но имеющие значительные пробелы в знании современных технических средств и технологии для создания медийных продуктов;</p>	удовлетворительно

		<p>передового отечественного и зарубежного опыта; методов и инструментов эффективного менеджмента; экспертного анализа и методов оценки рисков; основ бюджетирования</p> <p>Сформированные, но имеющие значительные пробелы в умении определять постановочную сложность, стоимость и источники ресурсного обеспечения создания и реализации нового продукта;</p>	
		<p>Сформированные, но имеющие значительные пробелы во владении навыками определения производственной мощности, необходимой для создания продукта, включая оборудование; определения потребности в кадровых ресурсах для создания продукта; выбора оптимального плана подготовки и реализации продукта; разработки производственного графика создания продукта; оценки творческой и технической составляющей для оптимизации расходов создания и реализации нового продукта; оценки возможных рисков при создании продукта; расчета финансовых средств, необходимых для создания нового продукта; выявление необходимости привлечения дополнительного финансирования (инвестиций)</p>	
		<p>Отсутствие знаний современных технических средств и технологии для создания медийных продуктов; передового отечественного и зарубежного опыта; методов и инструментов эффективного менеджмента; экспертного анализа и методов оценки рисков; основ бюджетирования</p> <p>Отсутствие умений определять постановочную сложность, стоимость и источники ресурсного обеспечения создания и реализации нового продукта;</p>	неудовлетворительно

		<p>Отсутствие владений навыками определения производственной мощности, необходимой для создания продукта, включая оборудование;</p> <p>определения потребности в кадровых ресурсах для создания продукта;</p> <p>выбора оптимального плана подготовки и реализации продукта;</p> <p>разработки производственного графика создания продукта;</p> <p>оценки творческой и технической составляющей для оптимизации расходов создания и реализации нового продукта;</p> <p>оценки возможных рисков при создании продукта;</p> <p>расчета финансовых средств, необходимых для создания нового продукта;</p> <p>выявление необходимости привлечения дополнительного финансирования (инвестиций)</p>	
<p>ПК-11 - Способен к оценке рейтинговых позиций существующих продуктов и планирование будущих проектов</p>	<p>ИПК 11.1. Знает: конъюнктуру рынка медиапродуктов; особенности целевой аудитории, ее социальные и психологические характеристики</p> <p>ИПК 11.2. Умеет: выбирать наиболее эффективные методы, способы и средства получения информации; анализировать данные зрительского поведения и конкурентного окружения, следить за новыми тенденциями на рынке; определять сильные и слабые стороны конкурентов; использовать данные социологических исследований по изучению спроса на продукты телерадиовещательных СМИ; работать с большим объемом информации; обосновывать и принимать стратегические решения</p> <p>ИПК 11.3. Владеет: навыками определения необходимости исследования спроса на продукты/проекты; анализа результатов мониторинга рейтингов телерадиовещательных средств массовой информации;</p>	<p>Сформированные знания конъюнктуры рынка медиапродуктов; особенностей целевой аудитории, ее социальные и психологические характеристики</p> <p>Сформированные умения выбирать наиболее эффективные методы, способы и средства получения информации; анализировать данные зрительского поведения и конкурентного окружения, следить за новыми тенденциями на рынке; определять сильные и слабые стороны конкурентов; использовать данные социологических исследований по изучению спроса на продукты телерадиовещательных СМИ; работать с большим объемом информации; обосновывать и принимать стратегические решения</p>	<p>отлично</p>

оценки эффективности и актуальности продукта/проекта; формирования предложения о приобретении или создании нового продукта, отвечающего концепции телерадиовещательного СМИ, по оперативному изменению программы передач	Сформированные владения: навыками определения необходимости исследования спроса на продукты/проекты; анализа результатов мониторинга рейтингов телерадиовещательных средств массовой информации; оценки эффективности и актуальности продукта/проекта; формирования предложения о приобретении или создании нового продукта, отвечающего концепции телерадиовещательного СМИ, по оперативному изменению программы передач	хорошо
	Сформированные, имеющие незначительные пробелы в знании конъюнктуры рынка медиапродуктов; особенностей целевой аудитории, ее социальные и психологические характеристики Сформированные, имеющие незначительные пробелы в умении выбирать наиболее эффективные методы, способы и средства получения информации; анализировать данные зрительского поведения и конкурентного окружения, следить за новыми тенденциями на рынке; определять сильные и слабые стороны конкурентов; использовать данные социологических исследований по изучению спроса на продукты телерадиовещательных СМИ; работать с большим объемом информации; обосновывать и принимать стратегические решения	
	Сформированные, имеющие незначительные пробелы в владении: навыками определения необходимости исследования спроса на продукты/проекты; анализа результатов мониторинга рейтингов телерадиовещательных средств массовой информации; оценки эффективности и актуальности продукта/проекта; формирования предложения о приобретении или создании нового продукта, отвечающего концепции телерадиовещательного СМИ, по оперативному изменению программы передач	удовлетворительно
	Сформированные, но имеющие значительные пробелы в знании конъюнктуры рынка медиапродуктов;	

		<p>особенностей целевой аудитории, ее социальные и психологические характеристики</p> <p>Сформированные, но имеющие значительные пробелы в умении выбирать наиболее эффективные методы, способы и средства получения информации;</p> <p>анализировать данные зрительского поведения и конкурентного окружения, следить за новыми тенденциями на рынке;</p> <p>определять сильные и слабые стороны конкурентов;</p> <p>использовать данные социологических исследований по изучению спроса на продукты телерадиовещательных СМИ;</p> <p>работать с большим объемом информации;</p> <p>обосновывать и принимать стратегические решения</p>	
		<p>Сформированные, но имеющие значительные пробелы во владении:</p> <p>навыками определения необходимости исследования спроса на продукты/проекты;</p> <p>анализа результатов мониторинга рейтингов телерадиовещательных средств массовой информации;</p> <p>оценки эффективности и актуальности продукта/проекта;</p> <p>формирования предложения о приобретении или создании нового продукта, отвечающего концепции телерадиовещательного СМИ, по оперативному изменению программы передач</p>	
		<p>Отсутствие знаний конъюнктуры рынка медиапродуктов;</p> <p>особенностей целевой аудитории, ее социальные и психологические характеристики</p> <p>отсутствие умений выбирать наиболее эффективные методы, способы и средства получения информации;</p> <p>анализировать данные зрительского поведения и конкурентного окружения, следить за новыми тенденциями на рынке;</p> <p>определять сильные и слабые стороны конкурентов;</p> <p>использовать данные социологических исследований по изучению спроса на продукты телерадиовещательных СМИ;</p> <p>работать с большим объемом информации;</p> <p>обосновывать и принимать стратегические решения</p>	<p>неудовлетворительно</p>
		<p>Отсутствие владений:</p>	

		<p>навыками определения необходимости исследования спроса на продукты/проекты; анализа результатов мониторинга рейтингов телерадиовещательных средств массовой информации; оценки эффективности и актуальности продукта/проекта; формирования предложения о приобретении или создании нового продукта, отвечающего концепции телерадиовещательного СМИ, по оперативному изменению программы передач</p>	
<p>ПК-12 - Способен к организации работы по созданию/покупке продуктов телерадиовещательных СМИ, контроль их соответствия тематической направленности и соблюдения сроков сдачи</p>	<p>ИПК 12.1. Знает: историю России, новейшую историю и основы международной политики; цели и задачи планируемого продукта телерадиовещательных СМИ; социальные и психологические характеристики целевой аудитории; мировые тенденции развития сферы СМИ (содержательные и технологические); методы производства мультимедийных продуктов, основные сведения о телекоммуникационных системах, применяемых для теле- и радиовещания; инновационный опыт в сфере СМИ ИПК 12.2. Умеет: выявлять потребность общества в информации по определенной проблематике; сочетать в концепции программ социальный заказ с собственными творческими идеями; моделировать структуру новых продуктов; регулировать творческие разногласия в коллективе ИПК 12.3. Владеет: навыками формирования востребованного круга тем и проблем для освещения в СМИ определения стратегических направлений новых продуктов телерадиовещательных СМИ; определения модели и формата новых продуктов; привлечения востребованных медиаперсон для авторских проектов; контроля разработки и создания анонсов новых продуктов телерадиовещательных СМИ; координации деятельности подразделений в ходе создания новых продуктов; утверждения новых продуктов, проверка их на соответствие законодательству Российской</p>	<p>Сформированные знания истории России, новейшей истории и основ международной политики; целей и задач планируемого продукта телерадиовещательных СМИ; социальные и психологические характеристики целевой аудитории; мировые тенденции развития сферы СМИ (содержательные и технологические); методы производства мультимедийных продуктов, основные сведения о телекоммуникационных системах, применяемых для теле- и радиовещания; инновационный опыт в сфере СМИ</p> <p>Сформированные умения выявлять потребность общества в информации по определенной проблематике; сочетать в концепции программ социальный заказ с собственными творческими идеями; моделировать структуру новых продуктов; регулировать творческие разногласия в коллективе</p> <p>Сформированные владения навыками формирования востребованного круга тем и проблем для освещения в СМИ определения стратегических направлений новых продуктов телерадиовещательных СМИ; определения модели и формата новых продуктов; привлечения востребованных медиаперсон для авторских проектов; контроля разработки и создания анонсов новых продуктов телерадиовещательных СМИ; координации деятельности подразделений в ходе создания новых продуктов;</p>	<p>отлично</p>

Федерации и готовности к выходу в эфир	утверждения новых продуктов, проверка их на соответствие законодательству Российской Федерации и готовности к выходу в эфир	
	Сформированные, имеющие незначительные пробелы в знании истории России, новейшей истории и основ международной политики; целей и задач планируемого продукта телерадиовещательных СМИ; социальные и психологические характеристики целевой аудитории; мировые тенденции развития сферы СМИ (содержательные и технологические); методы производства мультимедийных продуктов, основные сведения о телекоммуникационных системах, применяемых для теле- и радиовещания; инновационный опыт в сфере СМИ	хорошо
	Сформированные, имеющие незначительные пробелы в умения выявлять потребность общества в информации по определенной проблематике; сочетать в концепции программ социальный заказ с собственными творческими идеями; моделировать структуру новых продуктов; регулировать творческие разногласия в коллективе	
	Сформированные, имеющие незначительные пробелы в владения навыками формирования востребованного круга тем и проблем для освещения в СМИ определения стратегических направлений новых продуктов телерадиовещательных СМИ; определения модели и формата новых продуктов; привлечения востребованных медиаперсон для авторских проектов; контроля разработки и создания анонсов новых продуктов телерадиовещательных СМИ; координации деятельности подразделений в ходе создания новых продуктов; утверждения новых продуктов, проверка их на соответствие законодательству Российской Федерации и готовности к выходу в эфир	
Сформированные, но имеющие значительные пробелы в знании	удовлетворительно	

		<p>истории России, новейшей истории и основ международной политики; целей и задач планируемого продукта телерадиовещательных СМИ;</p> <p>социальные и психологические характеристики целевой аудитории;</p> <p>мировые тенденции развития сферы СМИ (содержательные и технологические);</p> <p>методы производства мультимедийных продуктов, основные сведения о телекоммуникационных системах, применяемых для теле- и радиовещания;</p> <p>инновационный опыт в сфере СМИ</p>	
		<p>Сформированные, но имеющие значительные пробелы в умении выявлять потребность общества в информации по определенной проблематике;</p> <p>сочетать в концепции программ социальный заказ с собственными творческими идеями;</p> <p>моделировать структуру новых продуктов;</p> <p>регулировать творческие разногласия в коллективе</p>	
		<p>Сформированные, но имеющие значительные пробелы во владении навыками формирования востребованного круга тем и проблем для освещения в СМИ определения стратегических направлений новых продуктов телерадиовещательных СМИ; определения модели и формата новых продуктов;</p> <p>привлечения востребованных медиаперсон для авторских проектов;</p> <p>контроля разработки и создания анонсов новых продуктов телерадиовещательных СМИ;</p> <p>координации деятельности подразделений в ходе создания новых продуктов;</p> <p>утверждения новых продуктов, проверка их на соответствие законодательству Российской Федерации и готовности к выходу в эфир</p>	
		<p>отсутствие знаний истории России, новейшей истории и основ международной политики; целей и задач планируемого продукта телерадиовещательных СМИ;</p> <p>социальные и психологические характеристики целевой аудитории;</p>	<p>неудовлетворительно</p>

		<p>мировые тенденции развития сферы СМИ (содержательные и технологические); методы производства мультимедийных продуктов, основные сведения о телекоммуникационных системах, применяемых для теле- и радиовещания; инновационный опыт в сфере СМИ</p>	
		<p>отсутствие умений выявлять потребность общества в информации по определенной проблематике; сочетать в концепции программ социальный заказ с собственными творческими идеями; моделировать структуру новых продуктов; регулировать творческие разногласия в коллективе</p>	
		<p>отсутствие владений навыками формирования востребованного круга тем и проблем для освещения в СМИ определения стратегических направлений новых продуктов телерадиовещательных СМИ; определения модели и формата новых продуктов; привлечения востребованных медиаперсон для авторских проектов; контроля разработки и создания анонсов новых продуктов телерадиовещательных СМИ; координации деятельности подразделений в ходе создания новых продуктов; утверждения новых продуктов, проверка их на соответствие законодательству Российской Федерации и готовности к выходу в эфир</p>	

7.3 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы.

Индивидуальные задания:

1. Формулировка цели и задач ВКР.
2. Изучение необходимой литературы по теме исследования.
3. Сбор и обработка статистических данных, выполнение и составление необходимых таблиц, схем, графиков и т.п.
4. Подготовка первичного варианта текста ВКР.

По итогам практики руководителем проводится конференция по защите практики, где обучающиеся представляют отчет и презентуют результаты практики.

Примерные вопросы к защите отчета по преддипломной практике

1. Актуальность темы исследования;
2. Предмет и объект исследования;
3. Апробация результатов исследования;
4. Список используемой литературы.

7.4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.

В ходе практики каждый студент ведет дневник, в котором отражается проделанная им работа по индивидуальному заданию. В конце практики дневник подписывается руководителем практики. Составление отчета осуществляется в период всей практики. Отчет должен включать в себя материал, соответствующий требованиям по оформлению.

Показатели оценивания сформированности компетенций в результате прохождения преддипломной практики:

№ п.п.	Шкала оценивания	Критерии оценивания
1.	Отлично	Отчет собран в полном объеме; индивидуальное задание выполнено в полном объеме, не нарушены сроки сдачи отчета. При защите отчета практики студент демонстрирует системность и глубину знаний, полученных при прохождении практики; стилистически грамотно, логически правильно излагает ответы на вопросы; дает исчерпывающие ответы на дополнительные вопросы преподавателя по темам, предусмотренным программой практики.
2.	Хорошо	Отчет собран в полном объеме; индивидуальное задание выполнено не в полном объеме, не нарушены сроки сдачи отчета. При защите отчета практики студент демонстрирует достаточную полноту знаний в объеме программы практики, при наличии лишь несущественных неточностей в изложении содержания основных и дополнительных ответов; владеет необходимой для ответа терминологией; недостаточно полно раскрывает сущность вопроса; допускает незначительные ошибки, но исправляется при наводящих вопросах преподавателя.
3.	Удовлетворительно	Отчет собран не полностью; задание в целом выполнено, однако имеются недостатки при выполнении отдельных разделов (частей) задания, в оформлении отчета прослеживается небрежность; нарушены сроки сдачи отчета. При защите отчета практики студент демонстрирует недостаточно последовательные знания по вопросам программы практики; использует специальную терминологию, но могут быть допущены 1-2 ошибки в определении основных понятий, которые бакалавр затрудняется исправить самостоятельно; способен самостоятельно, но не глубоко, анализировать материал, раскрывает сущность решаемой проблемы только при наводящих вопросах преподавателя.
4.	Неудовлетворительно	Отчет собран не в полном объеме; задание выполнено лишь частично, в оформлении отчета прослеживается небрежность; нарушены сроки сдачи отчета. При защите отчета практики студент демонстрирует фрагментарные знания в рамках программы практики; не владеет минимально необходимой терминологией; допускает грубые логические ошибки, отвечая на вопросы преподавателя.

8. Перечень учебной литературы и ресурсов сети «Интернет», необходимых для проведения практики

8.1. Основная литература

1. Дымова, И. Актуальные проблемы современности и журналистика: учебное пособие / И. Дымова, Г. Щербакова; Министерство образования и науки Российской Федерации, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Оренбургский государственный университет». - Оренбург: ОГУ, 2012. - 132 с.; То же [Электронный ресурс]. -

URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=259174>

2. Колесникова Н.И. От конспекта к диссертации: Учеб.пособие по развитию навыков письменной речи / Н.И.Колесникова.— М. : Флинта, 2002 .— 288 с. (14 экз)

8.2. Дополнительная литература

1. Брандес, М.П. Стилистика текста: Теоретический курс: учебник / М.П. Брандес. - Москва: Прогресс-Традиция, 2004. - 208 с. - ISBN 5-89826-185-0; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=45095>. 2. Мартынова О.В. Основы редактирования: учеб. пособие / О. В. Мартынова. — 5е изд., перераб. и доп. — М.: Академия, 2009. — 144 с. (10 экз)

8.3. Информационно-образовательные ресурсы в сети «Интернет»

1. Windows 8 Russian. Windows Professional 8 Russian Upgrade. Договор №104 от 17.06.2013 г. Лицензии бессрочные.

2. Microsoft Office Standard 2013 Russian. Договор №114 от 12.11.2014 г. Лицензии бессрочные.

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

Перечень информационных технологий, используемых при проведении практики:

Перечень программного обеспечения и информационных справочных систем:

- ЭБС «Университетская библиотека онлайн»;
 - ЭБС издательства «Лань»;
 - ЭБС «Электронный читальный зал»;
 - БД периодических изданий на платформе EastView: «Вестники Московского университета», «Издания по общественным и гуманитарным наукам»;
 - Научная электронная библиотека;
 - БД диссертаций Российской государственной библиотеки.
- Также доступны следующие зарубежные научные ресурсы баз данных: – Web of Science;
- Scopus;
 - Издательство «Taylor&Francis»;
 - Издательство «Annual Reviews»;
 - «Computers & Applied Sciences Complete» (CASC) компании «EBSCO»

– Архивы научных журналов на платформе НЭИКОН (Cambridge University Press, SAGE Publications, Oxford University Press);

- Информационная система «Единое окно доступа к образовательным ресурсам» (<http://window.edu.ru>);
- справочно-правовая система Консультант Плюс;
- справочно-правовая система Гарант.

10. Описание материально-технической базы, необходимой для проведения практики

Наименование специализированных аудиторий, кабинетов, лабораторий	Вид занятий	Наименование оборудования, программного обеспечения
1	2	3
<p>1. Учебная аудитория для проведения групповых и индивидуальных консультаций: Лаборатория компьютерной филологии № 412 (главный корпус)</p>	<p>групповые и индивидуальные консультации</p>	<p>Аудитория № 412. Учебная мебель, шкаф, доска, видеокамера Sony PXW-70 – 1 шт., системный блок USN Quad Core 3,2 GHz Gb / Hdd 500 Gb / H 81 / TX 450 W / мышь USB / LSD монитор 1,5" / Vin 10 Pro – 2 шт., персональный компьютер i7/H170/8Gb/HDD1Tb/SSD1120/DVDRW/ATX450W/2 – 1 шт.</p>
<p>2. Учебная аудитория для текущего контроля и промежуточной аттестации: ауд. 213 (главный корпус), ауд. 401 (главный корпус);</p>	<p>текущий контроль, промежуточная аттестация.</p>	<p>Аудитория № 213. Учебная мебель, доска, учебно-наглядные пособия, трибуна, мультимедиа проектор Aser P7500.</p>
<p>3. Помещения для самостоятельной работы: читальный зал №1 (главный корпус)</p>	<p>самостоятельная работа</p>	<p>Аудитория № 401. Учебная мебель, учебно-наглядные пособия, доска; шкаф, мобильный переносной проектор PJD5226, экран на штативе 224*183</p> <p>Читальный зал № 1 Учебная мебель, учебно-наглядные пособия, стенд по пожарной безопасности, моноблоки стационарные – 5 шт., принтер – 1 шт., сканер – 1 шт.</p>

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«БАШКИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Наименование факультета

Наименование кафедры

**ОТЧЕТ О ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКЕ
ПРЕДДИПЛОМНАЯ ПРАКТИКА**

СТУДЕНТА

курса
ФБФиЖ

Ф.И.О. (в родительном падеже)

Уровень высшего образования:

Направление подготовки
Направленность (профиль)
программы

Срок проведения практики:

Уфа - 20 г.

1. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ

1. База практики – место прохождения практики студентом (профильная организация или БашГУ).
2. Студент – физическое лицо, осваивающее образовательную программу по направлению подготовки бакалавриата, магистратуры и специальности.
3. Вид практики – учебная, производственная или преддипломная.
4. Каждый студент, находящийся на практике, обязан вести отчет по практике.
5. Отчет по практике служит основным и необходимым материалом для составления студентом отчета о своей работе на базе практики.
6. Заполнение отчета по практике производится регулярно, аккуратно и является средством самоконтроля. Отчет можно заполнять рукописным и (или) машинописным способами.
7. Иллюстративный материал (чертежи, схемы, тексты и т.п.), а также выписки из инструкций, правил и других материалов могут быть выполнены на отдельных листах и приложены к отчету.
8. Записи в отчете о практике должны производиться в соответствии с программой по конкретному виду практики.
9. После окончания практики студент должен подписать отчет у руководителя практики, руководителя от базы практики и сдать свой отчет по практике вместе с приложениями (при наличии) на кафедру.
10. При отсутствии сведений в соответствующих строках ставится прочерк.

2. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

Фамилия, инициалы, должность руководителя практики от факультета (института)	
Фамилия, инициалы, должность руководителя практики от кафедры	
Полное наименование базы практики	
Наименование структурного подразделения базы практики	
Адрес базы практики (индекс, субъект РФ, район, населенный пункт, улица, дом, офис)	
Фамилия, инициалы, должность руководителя практики от профильной организации	
Телефон руководителя практики от базы практики	

3. РАБОЧИЙ ГРАФИК (ПЛАН) ПРОВЕДЕНИЯ ПРАКТИКИ

Срок проведения практики: с « » _____ по « » _____ 201 г.

№	Разделы (этапы) практики	Виды и содержание работ, в т.ч. самостоятельная работа обучающегося в соответствии с программой практики	График (план) проведения практики (начало – окончание)
1.	Подготовительный этап.	Составление краткого плана практики; уточнение требований к Выпускной квалификационной работе.	00.00.0000- 00.00.0000
2.	Основной этап.	Интенсивная работа над завершением ВКР: - систематизация и анализ исследовательской информации; - написание текста ВКР; - знакомство со стандартами и инструкциями, определяющими правила оформления ВКР.	00.00.0000- 00.00.0000
3.	Заключительный этап.	Подготовка первичного варианта текста ВКР; подготовка рецензии, отзыва	00.00.0000- 00.00.0000

Руководитель практики от кафедры

_____/Ф.И.О.

Руководитель практики от профильной организации

_____/Ф.И.О.

4. ИНДИВИДУАЛЬНОЕ ЗАДАНИЕ

1. Формулировка цели и задач ВКР.
2. Изучение необходимой литературы по теме исследования.
3. Сбор и обработка статистических данных, выполнение и составление необходимых таблиц, схем, графиков и т.п.
4. Подготовка первичного варианта текста ВКР.

Руководитель практики от кафедры _____ -- Ф.И.О./

Руководитель практики от профильной
организации _____ / Ф.И.О./

ОЗНАКОМЛЕН:

Студент _____ / Ф.И.О./

5. ИНСТРУКТАЖ ПО ОХРАНЕ ТРУДА

Наименование и реквизиты локального нормативного акта, регламентирующего систему управления охраной труда, техники безопасности, пожарной безопасности базы практики _____

Инструкция о мерах пожарной безопасности в Башкирском государственном университете, утвержден приказом БашГУ от “ ___ ” _____ 20__ . №

Наименование и реквизиты локального нормативного акта, устанавливающий правила _____

Правила внутреннего трудового распорядка Башкирского государственного университета, приняты от “ ___ ” _____ 20__ . конференцией научно-педагогических работников, представителей других категорий работников и обучающихся.

Перед началом практики инструктаж по ознакомлению с требованиями охраны труда, техники безопасности, пожарной безопасности, а также правилами внутреннего трудового распорядка прошел:

студент _____ / Ф.И.О./

Перед началом практики инструктаж обучающегося по ознакомлению с требованиями охраны труда, техники безопасности, пожарной безопасности, а также правилами внутреннего трудового распорядка провел:

_____ / Ф.И.О./
должность подпись

6. ДНЕВНИК РАБОТЫ СТУДЕНТА

Дата	Информация о проделанной работе

Руководитель практики от профильной
организации

_____ / Ф.И.О./

7. ОТЧЕТ СТУДЕНТА О ПРАКТИКЕ

с «__» _____ 20__ по «__» _____ 20__

Я, _____ прошел (а) _____ практику с «__» _____ 20__ по «__» _____ 20__.

В соответствии с программой практики и индивидуальным заданием, я выполнял следующую работу: _____ - - - -

В результате прохождения практики, поставленные задачи были решены в полном объеме, профессиональные компетенции (профессиональные умения, навыки и опыт профессиональной деятельности) приобретены.

Студент _____ / _____ подпись И.О. Фамилия

8. ОТЗЫВ О ПРАКТИКЕ СТУДЕНТА

Студент _____ прошел(а) _____ практику с «___»
_____ 20__ по «___» _____ 20__.

Перед обучающимся во время прохождения практики были поставлены следующие профессиональные задачи: _____

Краткая характеристика проделанной работы и полученных результатов:

Во время прохождения практики обучающийся проявил себя как (достоинства, уровень теоретической подготовки, дисциплина, недостатки, замечания)

Рекомендации (пожелания) по организации практики:

Руководитель практики от базы практики _____ / _____
подпись И.О. Фамилия п.

9. РЕЗУЛЬТАТ ЗАЩИТЫ ОТЧЕТА

В результате прохождения практики, поставленные задачи были решены в полном объеме, профессиональные компетенции (профессиональные умения, навыки и опыт профессиональной деятельности) приобретены.

Результат прохождения практики обучающимся оценивается на: « _____ »

Руководитель практики от кафедры _____ / Ф.И.О.

подпись

_____ 20__ г.
