

МИНОБРНАУКИ РОССИИ  
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 ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ  
ПРОФЕССИОНАЛЬНО-ТВОРЧЕСКАЯ ПРАКТИКА**

**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.

### Тип практики:

Профессионально-творческая.

### 1.2. Способы проведения практики.

Способы проведения практики: стационарная и выездная.

### 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 основе договоров с профильными организациями, деятельность которых соответствует профессиональным компетенциям, осваиваемым в рамках образовательной программы.

Практика может быть проведена непосредственно в учебных и иных подразделениях БашГУ.

Студенты, совмещающие обучение с трудовой деятельностью, вправе проходить учебную практику по месту трудовой деятельности в случаях, если профессиональная деятельность, осуществляемая ими, соответствует требованиям к содержанию практики.

### 1.5. Руководство практикой.

Для руководства практикой, проводимой в БашГУ, назначается руководитель (руководители) практики от университета из числа лиц, относящихся к профессорско-преподавательскому составу БашГУ.

Для руководства практикой, проводимой в профильной организации, назначаются руководитель (руководители) практики из числа лиц, относящихся к профессорско-преподавательскому составу БашГУ, и руководитель (руководители) практики из числа работников профильной организации.

### 1.6. Организация проведения практики.

Направление на 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 планируемыми результатами освоения образовательной программы**

### **2.1. Основной целью первой производственной практики является:**

- закрепление на практическом уровне знаний, полученных на втором году обучения; погружение в повседневную практику деятельности СМИ; формирование профессиональных умений и навыков.

### **2.2. Основными задачами практики обучающихся являются:**

- изучение современных технологий медиапроизводства в СМИ и медиапредприятиях разных типов (в соответствии с местом прохождения практики);

- обучение выполнению профессиональных обязанностей в производственнотехнологическом процессе выпуска печатного издания, интернет-СМИ, телерадиопрограммы и других видов медиапродукции;

- обучение использованию социальных сетей и других современных медийных средств в журналистской деятельности;
- обучение работе с редакционной почтой; организации интерактивного общения с аудиторией;
- обучение правилам создания материалов в информационных жанрах с использованием различных знаковых систем.

### 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
<b>ПК-1</b>	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 и проблемы для создания новых продуктов телерадиовещательных СМИ
		ИПК 1.3. Владеет: навыком создания новых продуктов телерадиовещательных СМИ с учетом их специфики
<b>ПК-2</b>	Способен к определению формата, тематики и оценка 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
<b>ПК-3</b>	Способен к подготовке создания сценарного материала нового продукта	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
		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;
		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;
<b>ПК-4 -</b>	Способен к планированию создания нового продукта телерадиовещательных СМИ	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>ИПК 4.3. 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>выявления необходимости привлечения дополнительного финансирования (инвестиций)</p>
<b>ПК-5</b>	Способен к организации финансирования создания нового продукта телерадиовещательных СМИ	<p>ИПК 5.1. Знает:</p> <p>новейшие теоретические и практические знания в области медиапроизводства;</p> <p>основы драматургии, режиссуры и монтажа;</p> <p>методы эффективного убеждения;</p> <p>основные сведения о телекоммуникационных системах, применяемых для телевизионного и радиовещания;</p> <p>грамматику и стилистику русского языка</p>
		<p>ИПК 5.2. Умеет:</p> <p>анализировать информацию и оценивать результат для выбора наилучшего решения;</p> <p>оценивать результаты своей деятельности;</p> <p>выступать перед аудиторией.</p>
		<p>ИПК 5.3. Владеет:</p> <p>навыками обоснования целесообразности создания продукта, его идейно-художественного значения, окупаемости и прибыльности</p> <p>подготовки финансовых предложений для инвесторов/спонсоров</p> <p>поиска инвесторов/спонсоров, проведения с ними переговоров и заключения соглашений</p>
<b>ПК-6.</b>	Способен к организации обеспечения производственного процесса создания нового продукта телерадиовещательных СМИ необходимыми ресурсами	<p>ИПК 6.1. Знает:</p> <p>принципы творческо-постановочного и технологического процессов подготовки и создания медиапрограмм;</p> <p>основные положения законодательства Российской Федерации в области размещения заказов на поставки товаров, выполнение работ, оказание услуг для государственных и муниципальных нужд;</p> <p>трудовое законодательство Российской Федерации;</p> <p>правила по охране труда, производственной санитарии и пожарной безопасности</p>
		<p>ИПК 6.2. Умеет:</p> <p>определять необходимое для реализации проекта оборудование, программное обеспечение и трудозатраты;</p> <p>определять необходимый уровень квалификации членов рабочей группы;</p> <p>вести переписку, телефонные и личные переговоры.</p>
		<p>ИПК 6.3. Владеет:</p> <p>навыками определения квалификационных требований к членам рабочей группы продукта (в творческой и технической части);</p> <p>организации подбора кадров для создания продукта;</p> <p>организации обеспечения продукта необходимыми материально-техническими ресурсами в рамках бюджета;</p> <p>подготовки к заключению договоров (контрактов)</p>

<b>ПК-7</b>	Способен к организации деятельности рабочей группы продукта телерадиовещательных СМИ.	<p>ИПК 7.1. Знает: специфику профессиональной деятельности всех участников проекта (от сценариста до бухгалтера); методы эффективного менеджмента; основы бухгалтерского учета</p> <p>ИПК 7.2. Умеет: объединять и направлять творческо-производственную деятельность сотрудников в целом; разрешать конфликтные ситуации; читать и составлять финансовые отчеты; эффективно использовать рабочее время, определять приоритетные задачи</p> <p>ИПК 7.3. Владеет: навыками организации творческого и производственного процессов, рациональной расстановки кадров; координации деятельности основного и вспомогательного состава рабочей группы для выполнения комплекса работ на протяжении всего производственного процесса; ведения собраний рабочей группы для обсуждения хода работ, определения приоритетных направлений; решения вопросов обеспечения проекта необходимыми кадрами в случае возникновения дополнительной потребности в работниках; обеспечения эффективного использования материальных и финансовых ресурсов контроля соблюдения производственного графика, сроков производства и соответствия результата принятой художественной концепции руководства группой видеомонтажа (режиссер, режиссер монтажа) на этапе монтирования готового продукта согласно исходному сценарию; контроля выполнения правил по охране труда и пожарной безопасности</p>
<b>ПК-8</b>	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</p>

		<p>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>
<b>ПК-9</b>	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>
<b>ПК-10</b>	Способен к руководству структурным подразделением для выпуска в эфир продуктов телерадиовещательных СМИ	<p>ИПК 10.1. Знает:  основные положения организации труда; трудовое законодательство Российской Федерации (основные положения); законодательство Российской Федерации о средствах массовой информации, рекламе и авторском праве; теорию и практику управленческого менеджмента; основные принципы эксплуатации и обслуживания эфирного и производственного оборудования;  правила по охране труда, пожарной безопасности</p>
		<p>ИПК 10.2. Умеет:  использовать приемы эффективного менеджмента;  оценивать эффективность трудовой деятельности работников;  проводить собеседования с кандидатами на замещение вакантных должностей;  использовать в работе необходимые программные продукты;  определять приоритеты текущих и общих дел</p>
		<p>ИПК 10.3. Владеет:  Навыками организации, координации и контроля работы сотрудников структурного подразделения по выпуску телерадиопродуктов в эфир;</p>

		<p>Составление расписания работы ведущих эфира и авторских программ;</p> <p>Ежедневного контроля работы ведущих линейного эфира, внесение необходимых корректировок;</p> <p>кастинга и выбора ведущих;</p> <p>организации и контроля подготовки и выхода в эфир ежедневных новостных и информационных сценариев, презентационных и рекламных роликов, взаимодействие со смежными подразделениями;</p> <p>проверки рекламных роликов, выходящих в эфир, на соответствие законодательству Российской Федерации о рекламе и требованиям корпоративного формата;</p> <p>утверждения наполнения и изменения сетки вещания, контроля выхода элементов эфира и их длительности;</p> <p>осуществления контроля информационной насыщенности, соблюдения формата, динамичности предоставления информации в эфире;</p> <p>решения ежедневных производственных задач;</p> <p>контроля соблюдения правил по охране труда и пожарной безопасности</p>
<b>ПК-11</b>	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>
<b>ПК-12</b>	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> <p>навыками формирования востребованного круга тем и проблем для освещения в СМИ</p> <p>определения стратегических направлений новых продуктов телерадиовещательных СМИ;</p> <p>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>
<b>ПК-13</b>	Способен к продвижению продуктов телерадиовещательных СМИ	<p>ИПК 13.1. Знает:</p> <p>правила устной и письменной речи русского языка и иностранного языка (при необходимости);</p> <p>основы этики и психологии делового общения</p>
		<p>ИПК 13.2. Умеет:</p> <p>устраивать публичные выступления, в том числе пресс-конференции для средств массовой информации;</p> <p>использовать особенности литературного, делового, научного стилей в ходе публичных выступлений;</p> <p>владеть иностранными языками, необходимыми для осуществления должностных обязанностей;</p> <p>готовить презентационные материалы, информационно-аналитические материалы, справки о деятельности организации;</p> <p>создавать положительный имидж организации</p>
		<p>ИПК 13.3. Владеет:</p> <p>навыками установления деловых связей и организация сотрудничества с различными государственными, общественными, коммерческими и другими организациями с целью продвижения продуктов;</p> <p>представления интересов организации в органах государственной власти и органах местного самоуправления</p>
<b>ПК-14</b>	Способен анализировать, оценивать и редактировать медиатексты, приводить их в соответствие с нормами, стандартами, форматами, стилями, технологическими требованиями, принятыми в СМИ разных типов	<p>ИПК 14.1. Знает принципы редактирования медиатекстов</p>
		<p>ИПК 14.2. Умеет: анализировать и оценивать медиатексты с учетом требований, принятых в СМИ разных типов.</p>
		<p>ИПК 14.3. Владеет: навыками редактирования медиатекстов разных типов</p>

### 3. Место практики в структуре образовательной программы

Практика проводится в соответствии с календарным учебным графиком после второго и третьего годов обучения и ориентирована на закрепление изученных и осваиваемых дисциплин (модулей) в соответствии с нижеприведенной таблицей:

Индекс и наименование предшествующей, текущей дисциплины (модуля)	Индекс и наименование последующей дисциплины (модуля)
Б1.О.14 Введение в профессию Б1.О.15 Основы теории журналистики Б1.О.16 Базовые инструменты журналиста Б1.О.32 Система СМИ Б1.В.02 Актуальные проблемы современности и журналистика Б1.В.03 Просеминарий по журналистике Б1.В.04 Современные медиаиндустрии Б1.В.14 Профессионально-творческие студии Б1.В.16 Выпуск учебных печатных СМИ Б1.В.17 Техника и технология СМИ Б2.В.01.01(У) Профессионально-ознакомительная практика	Б1.О.19 История отечественной журналистики Б1.О.20 История зарубежной журналистики Б1.О.22 Основы журналистской деятельности Б1.В.06 Основы дизайна печатных изданий Б1.В.13 Саморазвитие журналиста: технологии личностного и карьерного роста Б1.В.14 Профессионально-творческие студии Б1.В.16 Выпуск учебных печатных СМИ Б1.В.21 Семиотика журналистики Б1.В.ДВ.01.01 Основы копирайтинга Б1.В.ДВ.01.02 Основы спичрайтинга ФТД.02 Основы публичных выступлений
Б2.В.02.01(П) Профессионально-творческая практика	

#### 4. Объем практики

Учебным планом по направлению подготовки 42.03.02 Журналистика предусмотрено проведение данной практики общей продолжительностью: общая трудоемкость для дневной формы обучения составляет 6 зачетных единиц (216 академических часов). В том числе: в форме контактной работы 40 часов, в форме самостоятельной работы 176 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.	<ul style="list-style-type: none"> <li>– установочная лекция о целях и задачах практики, правах и обязанностях практикантов, сроках прохождения практики;</li> <li>–разъяснение требований к ведению дневника практиканта и оформлению отчета по практике; – конкретизация индивидуальных заданий с учетом базы практики.</li> </ul>	график (план) в дневнике практики
2.	Основной этап.	<ul style="list-style-type: none"> <li>– знакомство практиканта с базой практики и коллективом редакции;</li> <li>– знакомство с документами, регулирующими деятельность редакции (лицензия, устав, концепция);</li> <li>- назначение руководителя от базы практики;</li> <li>- ознакомление руководителя от базы практики с индивидуальным заданием практиканта;</li> <li>- прохождение инструктажа по охране труда и технике безопасности, по пожарной безопасности.</li> <li>–выполнение индивидуальных заданий руководителя от базы практики по созданию материалов для массмедиа в информационных жанрах, форматах с использованием различных</li> </ul>	дневник практики; собеседование; контроль качества выполняемой работы

		знаковых систем; редактированию медиатекстов разных типов; - работать с авторами и редакционной почтой; - организовать интерактивное общение с аудиторией; участвовать в проведении на базе СМИ социально значимых акций.	
3.	Заключительный этап.	Оформление отчетной документации. Подготовка результатов практики к презентации.	Отчет по практике
	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 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		

Код компетенции	Наименование компетенции	Этапы формирования 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
ПК-3	ПК-3 - Способен к получению информации для подготовки материала	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

Код компетенции	Наименование компетенции	Этапы формирования компетенции
		<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; ведению 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-5	Способен к организации финансирования создания нового продукта телерадиовещательных СМИ	<p>ИПК 5.1. Знает:  новейшие теоретические и практические знания в области медиапроизводства;  основы драматургии, режиссуры и монтажа;  методы эффективного убеждения;  основные сведения о телекоммуникационных системах, применяемых для телевизионного и радиовещания;  грамматику и стилистику русского языка</p> <p>ИПК 5.2. Умеет:  анализировать информацию и оценивать результат для выбора наилучшего решения;  оценивать результаты своей деятельности;  выступать перед аудиторией.</p> <p>ИПК 5.3. Владеет:  навыками обоснования целесообразности создания продукта, его идейно-художественного значения, окупаемости и прибыльности  подготовки финансовых предложений для инвесторов/спонсоров  поиска инвесторов/спонсоров, проведения с ними переговоров и заключения соглашений</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-7	Способен к организации деятельности рабочей группы продукта телерадиовещательных СМИ	<p>ИПК 7.1. Знает:  специфику профессиональной деятельности всех участников проекта (от сценариста до бухгалтера);  методы эффективного менеджмента;  основы бухгалтерского учета</p> <p>ИПК 7.2. Умеет:  объединять и направлять творческо-производственную деятельность сотрудников в целом;  разрешать конфликтные ситуации;  читать и составлять финансовые отчеты;  эффективно использовать рабочее время, определять приоритетные задачи</p>

Код компетенции	Наименование компетенции	Этапы формирования компетенции
		<p>ИПК 7.3. Владеет:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>навыками организации творческого и производственного процессов, рациональной расстановки кадров;</li> <li>координации деятельности основного и вспомогательного состава рабочей группы для выполнения комплекса работ на протяжении всего производственного процесса;</li> <li>ведения собраний рабочей группы для обсуждения хода работ, определения приоритетных направлений;</li> <li>решения вопросов обеспечения проекта необходимыми кадрами в случае возникновения дополнительной потребности в работниках;</li> <li>обеспечения эффективного использования материальных и финансовых ресурсов</li> <li>контроля соблюдения производственного графика, сроков производства и соответствия результата принятой художественной концепции</li> <li>руководства группой видеомонтажа (режиссер, режиссер монтажа) на этапе монтирования готового продукта согласно исходному сценарию;</li> <li>контроля выполнения правил по охране труда и пожарной безопасности</li> </ul>
ПК-8	Способен к организации продвижения готовых продуктов и продуктов на этапе создания	<p>ИПК 8.1. Знает:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>законодательство Российской Федерации о рекламе;</li> <li>методы проведения рекламных кампаний, включая сетевые возможности продвижения контента;</li> <li>передовой отечественный и зарубежный опыт производства и продвижения продукции телерадиовещания;</li> <li>технологии медиапроизводства, программное обеспечение и аппаратные средства мультимедиа, основы компьютерной графики и анимации, компьютерные музыкальные технологии и звуковой дизайн мультимедиапрограмм;</li> <li>технические средства телерадиовещания</li> </ul> <p>ИПК 8.2. Умеет:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>определять рекламную стратегию для продвижения конечного продукта;</li> <li>ставить цели и определять пути их достижения;</li> <li>формировать имидж продукта;</li> <li>использовать производственно-технические возможности компьютерных технологий;</li> <li>определять необходимость оперативного влияния на ситуацию;</li> <li>оперативно реагировать на изменяющуюся ситуацию в интересах организации.</li> </ul> <p>ИПК 8.3. Владеет:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Навыками формирования рекомендаций для создания промороликов;</li> <li>разработки маркетинговых планов продвижения продукции самостоятельно или совместно с отделом маркетинга/рекламы, создание презентационного/рекламного материала;</li> <li>организации проведения рекламных кампаний совместно с подразделением маркетинга;</li> <li>ведения переговоров с представителями телеканалов/радиостанций для согласования сетки вещания</li> </ul>
ПК-9	Способен к управлению созданием и выпуском в эфир продуктов телерадиовещательн	<p>ИПК 9.1. Знает: современные технические средства и технологии для создания медийных продуктов;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>передовой отечественный и зарубежный опыт;</li> <li>Методы и инструменты эффективного менеджмента;</li> <li>Экспертный анализ и методы оценки рисков;</li> <li>Основы бюджетирования</li> </ul>

Код компетенции	Наименование компетенции	Этапы формирования компетенции
	ых СМИ	<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-10	Способен к руководству структурным подразделением для выпуска в эфир продуктов телерадиовещательных СМИ	<p>ИПК 10.1. Знает:  основные положения организации труда;  трудовое законодательство Российской Федерации (основные положения);  законодательство Российской Федерации о средствах массовой информации, рекламе и авторском праве;  теорию и практику управленческого менеджмента;  основные принципы эксплуатации и обслуживания эфирного и производственного оборудования;  правила по охране труда, пожарной безопасности</p> <p>ИПК 10.2. Умеет:  использовать приемы эффективного менеджмента;  оценивать эффективность трудовой деятельности работников;  проводить собеседования с кандидатами на замещение вакантных должностей;  использовать в работе необходимые программные продукты;  определять приоритеты текущих и общих дел</p>

Код компетенции	Наименование компетенции	Этапы формирования компетенции
		<p>ИПК 10.3. Владеет:</p> <p>Навыками организации, координации и контроля работы сотрудников структурного подразделения по выпуску телерадиопродуктов в эфир;</p> <p>Составление расписания работы ведущих эфира и авторских программ;</p> <p>Ежедневного контроля работы ведущих линейного эфира, внесение необходимых корректировок;</p> <p>кастинга и выбора ведущих;</p> <p>организации и контроля подготовки и выхода в эфир ежедневных новостных и информационных сценариев, презентационных и рекламных роликов, взаимодействие со смежными подразделениями;</p> <p>проверки рекламных роликов, выходящих в эфир, на соответствие законодательству Российской Федерации о рекламе и требованиям корпоративного формата;</p> <p>утверждения наполнения и изменения сетки вещания, контроля выхода элементов эфира и их длительности;</p> <p>осуществления контроля информационной насыщенности, соблюдения формата, динамичности предоставления информации в эфире;</p> <p>решения ежедневных производственных задач;</p> <p>контроля соблюдения правил по охране труда и пожарной безопасности</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>

Код компетенции	Наименование компетенции	Этапы формирования компетенции
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:  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</p> <p>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</p> <p>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</p>
ПК-13	Способен к продвижению продуктов телерадиовещательных СМИ	<p>ИПК 13.1. Знает:  правила устной и письменной речи русского языка и иностранного языка (при необходимости);  основы этики и психологии делового общения</p> <p>ИПК 13.2. Умеет:  устраивать публичные выступления, в том числе пресс-конференции для средств массовой информации;  использовать особенности литературного, делового, научного стилей в ходе публичных выступлений;  владеть иностранными языками, необходимыми для осуществления должностных обязанностей;  готовить презентационные материалы, информационно-аналитические материалы, справки о деятельности организации;  создавать положительный имидж организации</p> <p>ИПК 13.3. Владеет:  навыками установления деловых связей и организация сотрудничества с различными государственными, общественными, коммерческими и другими организациями с целью продвижения продуктов;  представления интересов организации в органах государственной власти и органах местного самоуправления</p>
		ИПК 14.1. Знает принципы редактирования медиатекстов

Код компетенции	Наименование компетенции	Этапы формирования компетенции
ПК-14	Способен анализировать, оценивать и редактировать медиатексты, приводить их в соответствие с нормами, стандартами, форматами, стилями, технологическими требованиями, принятыми в СМИ разных типов	ИПК 14.2. Умеет: анализировать и оценивать медиатексты с учетом требований, принятых в СМИ разных типов.
		ИПК 14.3. Владеет: навыками редактирования медиатекстов разных типов

## 7.2 Описание показателей и критериев оценивания компетенций, описание шкал оценивания.

Наименование компетенции (с указанием кода)	Индикаторы достижения компетенции (с указанием кода)	Критерии оценивания	Шкала оценивания		
<b>ПК-1 -</b> 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	Демонстрирует исчерпывающие знания методов сбора, проверки и анализа информации;	отлично		
		Демонстрирует сформированное умение выбирать актуальные темы и проблемы для создания новых продуктов телерадиовещательных СМИ			
		Успешно владеет навыками создания новых продуктов телерадиовещательных СМИ с учетом их специфики			
				Знает методов сбора, проверки и анализа информации;	хорошо
				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			

		<p>новых продуктов телерадиовещательных СМИ;</p> <p>Показывает слабые навыки создания новых продуктов телерадиовещательных СМИ с учетом их специфики</p>	
		<p>Не знает методы сбора, проверки и анализа информации;</p> <p>Не умеет выбирать актуальные темы и проблемы для создания новых продуктов телерадиовещательных СМИ; ;</p> <p>Не владеет навыками создания новых продуктов телерадиовещательных СМИ с учетом их специфики</p>	неудовлетворительно
<p><b>ПК- 2:</b> Способен к определению формата, тематики и оценке материала для нового продукта телерадиовещательных СМИ</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:</p>	<p>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</p>	Отлично

<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 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:</p> <p>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 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</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><b>Сформированные, имеющие незначительные пробелы в знании современных информационно-коммуникационных технологий; информационную специализацию СМИ;</b></p>

Хорошо

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

**Сформированные, имеющие незначительные пробелы** в умении 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;

**Сформированные, 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

**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

**Сформированные, но имеющие значительные пробелы в умении** находить информацию, выявлять и использовать различные источники информации; планировать освещение значимых событий;

Удовлетворительно

<p>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><b>Сформированные, но имеющие значительные пробелы во владении</b> 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><b>Отсутствие знаний</b> современных информационно-коммуникационных технологий; информационную специализацию СМИ;</p>
--	---	--

неудовлетворительно

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

**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, ориентироваться в новостном пространстве, информационном поле;  
прогнозировать (оценивать) успешность будущего продукта;  
анализировать социально значимые процессы и явления;

**Отсутствие владений**  
навыками поиска идеи/материала для нового продукта по результатам анализа российских и зарубежных источников информации;  
определения темы и основного содержания

		<p>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>ПК- 3 Способен к подготовке создания сценарного материала нового продукта</p>	<p><b>ИПК 3.1. Знает:</b> 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><b>ИПК 3.2. Умеет:</b> 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><b>ИПК 3.3. Владеет:</b> навыками инициирования творческих идей для создания нового продукта;</p>	<p><b>Сформированные знания</b> 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><b>Сформированные умения</b> 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>

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;

Хорошо

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;

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 значительные пробелы в знании**

Законодательства Российской Федерации и иных нормативных правовых актов, методических и нормативных документов, регламентирующих деятельность средств массовой информации;

Удовлетворительно

историю России, новейшую историю и основы международной политики; грамматику, стилистику, фонетику русского языка; принципы создания и редактирования текстов

**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;

**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;

**Отсутствие знаний**

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

**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;

**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;

неудовлетворительно

		<p>контроля сроков выполнения работ по подготовке сценарного материала;</p> <p>оценки качества сценарного материала, в случае необходимости формулирования требований по доработке и внесению необходимых изменений;</p>	
<p><b>ПК-4</b> - Способен к планированию создания нового продукта телерадиовещательных СМИ</p>	<p><b>ИПК 4.1. Знает:</b></p> <p>современные технические средства и технологии для создания медийных продуктов;</p> <p>передовой отечественный и зарубежный опыт;</p> <p>методы и инструменты эффективного менеджмента;</p> <p>экспертный анализ и методы оценки рисков;</p> <p>основы бюджетирования</p> <p><b>ИПК 4.2. Умеет:</b></p> <p>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;</p> <p>использовать необходимое программное обеспечение;</p> <p>формировать бюджет (сметную документацию)</p> <p><b>ИПК 4.3. Владеет:</b></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</p>	<p><b>Сформированные знания</b></p> <p>современные технические средства и технологии для создания медийных продуктов;</p> <p>передовой отечественный и зарубежный опыт;</p> <p>методы и инструменты эффективного менеджмента;</p> <p>экспертный анализ и методы оценки рисков;</p> <p>основы бюджетирования</p> <hr/> <p><b>Сформированные умения</b></p> <p>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;</p> <p>использовать необходимое программное обеспечение;</p> <p>формировать бюджет (сметную документацию)</p> <hr/> <p><b>Сформированные владения</b></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</p>	<p>отлично</p>

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)

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)

**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

**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)

хорошо

Сформированные, имеющие незначительные 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)

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

Сформированные, но имеющие значительные пробелы в умении определять постановочную сложность, стоимость и источники ресурсного обеспечения создания и

удовлетворительно

<p>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; передового отечественного и зарубежного опыта; методов и инструментов эффективного менеджмента;</p>
---	---	--

неудовлетворительно

		<p>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;</p> <p>использовать методы эффективного менеджмента для создания производственного графика и применения технологий;</p> <p>использовать необходимое программное обеспечение; формировать бюджет (сметную документацию)</p> <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>выявления необходимости привлечения дополнительного финансирования (инвестиций)</p>	
<b>ПК-5</b> - Способен к организации финансирования	ИПК 5.1. Знает:	<b>Сформированные знания</b> новейшие теоретические и практические знания в области медиапроизводства;	отлично

создания нового продукта телерадиовещательных СМИ	<p>новейшие теоретические и практические знания в области медиапроизводства; основы драматургии, режиссуры и монтажа; методы эффективного убеждения; основные сведения о телекоммуникационных системах, применяемых для телевизионного и радиовещания; грамматику и стилистику русского языка</p> <p>ИПК 5.2. Умеет: анализировать информацию и оценивать результат для выбора наилучшего решения; оценивать результаты своей деятельности; выступать перед аудиторией.</p> <p>ИПК 5.3. Владеет: навыками обоснования целесообразности создания продукта, его идейно-художественного значения, окупаемости и прибыльности подготовки финансовых предложений для инвесторов/спонсоров поиска инвесторов/спонсоров, проведения с ними переговоров и заключения соглашений</p>	<p>основы драматургии, режиссуры и монтажа; методы эффективного убеждения; основные сведения о телекоммуникационных системах, применяемых для телевизионного и радиовещания; грамматику и стилистику русского языка</p> <p><b>Сформированные умения</b> анализировать информацию и оценивать результат для выбора наилучшего решения; оценивать результаты своей деятельности; выступать перед аудиторией.</p> <p><b>Сформированные владения</b> навыками обоснования целесообразности создания продукта, его идейно-художественного значения, окупаемости и прибыльности подготовки финансовых предложений для инвесторов/спонсоров поиска инвесторов/спонсоров, проведения с ними переговоров и заключения соглашений</p>	хорошо
		<p><b>Сформированные, имеющие незначительные пробелы в</b> новейших теоретических и практических знаниях в области медиапроизводства; основ драматургии, режиссуры и монтажа; методов эффективного убеждения; основных сведений о телекоммуникационных системах, применяемых для телевизионного и радиовещания; грамматику и стилистику русского языка</p> <p><b>Сформированные имеющие незначительные пробелы в умении</b> анализировать информацию и оценивать результат для</p>	

выбора наилучшего решения;  
оценивать результаты своей деятельности;  
выступать перед аудиторией.

**Сформированные, имеющие незначительные пробелы во владении** навыками обоснования целесообразности создания продукта, его идейно-художественного значения, окупаемости и прибыльности подготовки финансовых предложений для инвесторов/спонсоров поиска инвесторов/спонсоров, проведения с ними переговоров и заключения соглашений

**Сформированные, но имеющие значительные пробелы в знании** новейших теоретических и практических знаниях в области медиапроизводства; основ драматургии, режиссуры и монтажа; методов эффективного убеждения; основных сведений о телекоммуникационных системах, применяемых для телевизионного и радиовещания; грамматику и стилистику русского языка

**Сформированные, но имеющие значительные пробелы в умении** анализировать информацию и оценивать результат для выбора наилучшего решения;  
оценивать результаты своей деятельности;  
выступать перед аудиторией.

**Сформированные владения, имеющие значительные пробелы во владении** навыками обоснования целесообразности создания продукта, его идейно-художественного значения,

удовлетворительно

<p>окупаемости и прибыльности подготовки финансовых предложений для инвесторов/спонсоров поиска инвесторов/спонсоров, проведения с ними переговоров и заключения соглашений</p>	
<p><b>Отсутствие знаний</b>          новейших теоретических и          практических знаниях в          области медиапроизводства;          основ драматургии,          режиссуры и монтажа;          методов эффективного          убеждения;          основных сведений о          телекоммуникационных          системах, применяемых для          телевизионного и          радиовещания;          грамматику и стилистику          русского языка</p> <p><b>Отсутствие умений</b>          анализировать информацию          и оценивать результат для          выбора наилучшего          решения;          оценивать результаты своей          деятельности;          выступать перед          аудиторией.</p> <p><b>Отсутствие владений</b>          навыками обоснования          целесообразности создания          продукта, его идейно-          художественного значения,          окупаемости и          прибыльности          подготовки финансовых          предложений для          инвесторов/спонсоров          поиска          инвесторов/спонсоров,          проведения с ними          переговоров и заключения          соглашений</p>	<p>неудовлетворительно</p>

<p><b>ПК-6</b> - Способен к организации обеспечения производственного процесса создания нового продукта телерадиовещательных СМИ необходимыми ресурсами.</p>	<p><b>ИПК 6.1. Знает:</b></p> <p>принципы творческо-постановочного и технологического процессов подготовки и создания медиапрограмм;</p> <p>основные положения законодательства Российской Федерации в области размещения заказов на поставки товаров, выполнение работ, оказание услуг для государственных и муниципальных нужд;</p> <p>трудовое законодательство Российской Федерации;</p> <p>правила по охране труда, производственной санитарии и пожарной безопасности</p> <p><b>ИПК 6.2. Умеет:</b></p> <p>определять необходимое для реализации проекта оборудование, программное обеспечение и трудозатраты;</p> <p>определять необходимый уровень квалификации членов рабочей группы;</p> <p>вести переписку, телефонные и личные переговоры.</p> <p><b>ИПК 6.3. Владеет:</b></p> <p>навыками определения квалификационных требований к членам рабочей группы продукта (в творческой и технической части);</p> <p>организации подбора кадров для создания продукта;</p> <p>организации обеспечения продукта необходимыми материально-техническими ресурсами в рамках бюджета;</p> <p>подготовки к заключению договоров (контрактов)</p>	<p><b>Сформированные знания</b></p> <p>принципов творческо-постановочного и технологического процессов подготовки и создания медиапрограмм;</p> <p>основных положений законодательства Российской Федерации в области размещения заказов на поставки товаров, выполнение работ, оказание услуг для государственных и муниципальных нужд;</p> <p>трудового законодательства Российской Федерации;</p> <p>правил по охране труда, производственной санитарии и пожарной безопасности</p> <p><b>Сформированные умения:</b></p> <p>определять необходимое для реализации проекта оборудование, программное обеспечение и трудозатраты;</p> <p>определять необходимый уровень квалификации членов рабочей группы;</p> <p>вести переписку, телефонные и личные переговоры.</p> <p><b>Сформированные владения</b></p> <p>навыками определения квалификационных требований к членам рабочей группы продукта (в творческой и технической части);</p> <p>организации подбора кадров для создания продукта;</p> <p>организации обеспечения продукта необходимыми материально-техническими ресурсами в рамках бюджета;</p> <p>подготовки к заключению договоров (контрактов)</p>	<p>отлично</p> <p>хорошо</p>
		<p><b>Сформированные знания</b></p> <p>принципов творческо-постановочного и технологического процессов подготовки и создания медиапрограмм;</p> <p>основных положений законодательства Российской Федерации в области размещения заказов на поставки товаров, выполнение работ, оказание услуг для государственных и муниципальных нужд;</p> <p>трудового законодательства Российской Федерации;</p> <p>правил по охране труда, производственной санитарии и пожарной безопасности</p>	

		<p>работ, оказание услуг для государственных и муниципальных нужд; трудового законодательства Российской Федерации; правил по охране труда, производственной санитарии и пожарной безопасности</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><b>Сформированные, но имеющие значительные пробелы в знании</b> 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><b>Сформированные, но имеющие значительные пробелы в умении:</b> определять необходимое для реализации проекта</p>	удовлетворительно

		<p>оборудование, программное обеспечение и трудозатраты; определять необходимый уровень квалификации членов рабочей группы; вести переписку, телефонные и личные переговоры.</p>	
		<p><b>Сформированные, но имеющие значительные пробелы во</b> владении 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><b>Отсутствие знаний</b> 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>неудовлетворительно</p>
		<p><b>Отсутствие умений:</b> 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><b>Отсутствие владений</b> навыками определения квалификационных требований к членам рабочей группы продукта (в</p>	

		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)	
<b>ПК-7</b>	<p><b>ИПК 7.1. Знает:</b> специфику профессиональной деятельности всех участников проекта (от сценариста до бухгалтера); методы эффективного менеджмента; основы бухгалтерского учета</p> <p><b>ИПК 7.2. Умеет:</b> объединять и направлять творческо-производственную деятельность сотрудников в целом; разрешать конфликтные ситуации; читать и составлять финансовые отчеты; эффективно использовать рабочее время, определять приоритетные задачи</p> <p><b>ИПК 7.3. Владеет:</b> навыками организации творческого и производственного процессов, рациональной расстановки кадров; координации деятельности основного и вспомогательного состава рабочей группы для выполнения комплекса работ на протяжении всего производственного процесса; ведения собраний рабочей группы для обсуждения хода работ, определения приоритетных направлений; решения вопросов обеспечения проекта необходимыми кадрами в случае возникновения дополнительной потребности в работниках; обеспечения эффективного использования материальных и финансовых ресурсов</p>	<p><b>Сформированные знания</b> специфики профессиональной деятельности всех участников проекта (от сценариста до бухгалтера); методов эффективного менеджмента; основ бухгалтерского учета</p> <p><b>Сформированные умения</b> объединять и направлять творческо-производственную деятельность сотрудников в целом; разрешать конфликтные ситуации; читать и составлять финансовые отчеты; эффективно использовать рабочее время, определять приоритетные задачи</p> <p><b>Сформированные владения</b> навыками организации творческого и производственного процессов, рациональной расстановки кадров; координации деятельности основного и вспомогательного состава рабочей группы для выполнения комплекса работ на протяжении всего производственного процесса; ведения собраний рабочей группы для обсуждения хода работ, определения приоритетных направлений; решения вопросов обеспечения проекта необходимыми кадрами в случае возникновения дополнительной потребности в работниках; обеспечения эффективного использования материальных и финансовых ресурсов</p>	отлично

<p>контроля соблюдения  производственного графика,  сроков производства и  соответствия результата  принятой художественной  концепции  руководства группой  видеомонтажа (режиссер,  режиссер монтажа) на этапе  монтирования готового  продукта согласно исходному  сценарию;</p>	<p>контроля соблюдения  производственного графика,  сроков производства и  соответствия результата  принятой художественной  концепции  руководства группой  видеомонтажа (режиссер,  режиссер монтажа) на этапе  монтирования готового  продукта согласно  исходному сценарию;  контроля выполнения правил  по охране труда и пожарной  безопасности</p>	
---	---	--

контроля выполнения правил по охране труда и пожарной безопасности

**Сформированные, имеющие незначительные пробелы в знании**

специфики профессиональной деятельности всех участников проекта (от сценариста до бухгалтера); методов эффективного менеджмента;

основ бухгалтерского учета

**Сформированные, имеющие незначительные пробелы в умении**

объединять и направлять творческо-производственную деятельность сотрудников в целом;

разрешать конфликтные ситуации;

читать и составлять финансовые отчеты;

эффективно использовать рабочее время, определять приоритетные задачи

**Сформированные, имеющие незначительные пробелы во владении**

навыками организации творческого и

производственного процессов, рациональной

расстановки кадров; координации деятельности

основного и вспомогательного состава

рабочей группы для выполнения комплекса

работ на протяжении всего производственного

процесса;

ведения собраний рабочей группы для обсуждения хода работ,

определения приоритетных направлений;

решения вопросов обеспечения проекта

необходимыми кадрами в случае возникновения

дополнительной потребности в работниках;

обеспечения эффективного использования

материальных и финансовых ресурсов

контроля соблюдения производственного графика, сроков производства и

соответствия результата

Хорошо

принятой художественной концепции  
руководства группой видеомонтажа (режиссер, режиссер монтажа) на этапе монтирования готового продукта согласно исходному сценарию;  
контроля выполнения правил по охране труда и пожарной безопасности

**Сформированные, но имеющие значительные пробелы в знании**

специфики профессиональной деятельности всех участников проекта (от сценариста до бухгалтера); методов эффективного менеджмента;  
основ бухгалтерского учета

**Сформированные, но имеющие значительные пробелы в умении**

объединять и направлять творческо-производственную деятельность сотрудников в целом;  
разрешать конфликтные ситуации;

читать и составлять финансовые отчеты;  
эффективно использовать рабочее время, определять приоритетные задачи

**Сформированные, но имеющие значительные пробелы во владении**

навыками организации творческого и производственного процессов, рациональной расстановки кадров;

координации деятельности основного и вспомогательного состава рабочей группы для выполнения комплекса работ на протяжении всего производственного процесса;

ведения собраний рабочей группы для обсуждения хода работ, определения приоритетных направлений; решения вопросов обеспечения проекта необходимыми кадрами в случае возникновения

Удовлетворительно

дополнительной потребности в работниках; обеспечения эффективного использования материальных и финансовых ресурсов контроля соблюдения производственного графика, сроков производства и соответствия результата принятой художественной концепции руководства группой видеомонтажа (режиссер, режиссер монтажа) на этапе монтирования готового продукта согласно исходному сценарию; контроля выполнения правил по охране труда и пожарной безопасности

**Отсутствие знаний**

специфики профессиональной деятельности всех участников проекта (от сценариста до бухгалтера); методов эффективного менеджмента; основ бухгалтерского учета

**Отсутствие умений**

объединять и направлять творческо-производственную деятельность сотрудников в целом; разрешать конфликтные ситуации; читать и составлять финансовые отчеты; эффективно использовать рабочее время, определять приоритетные задачи

**Отсутствие владений**

навыками организации творческого и производственного процессов, рациональной расстановки кадров; координации деятельности основного и вспомогательного состава рабочей группы для выполнения комплекса работ на протяжении всего производственного процесса; ведения собраний рабочей группы для обсуждения хода

неудовлетворительно

работ, определения  
приоритетных направлений;  
решения вопросов  
обеспечения проекта  
необходимыми кадрами в  
случае возникновения  
дополнительной  
потребности в работниках;  
обеспечения эффективного  
использования  
материальных и  
финансовых ресурсов  
контроля соблюдения  
производственного графика,  
сроков производства и  
соответствия результата  
принятой художественной  
концепции  
руководства группой  
видеомонтажа (режиссер,  
режиссер монтажа) на этапе  
монтирования готового  
продукта согласно  
исходному сценарию;  
контроля выполнения  
правил по охране труда и  
пожарной безопасности

<p><b>ПК -8-</b> Способен к организации продвижения готовых продуктов и продуктов на этапе создания</p>	<p><b>ИПК 8.1. Знает:</b> 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><b>ИПК 8.2. Умеет:</b> 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><b>ИПК 8.3. Владеет:</b> 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</p>	<p><b>Сформированные знания</b> 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><b>Сформированные умения</b> 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><b>Сформированные навыки</b> формирования рекомендаций для создания промороликов; разработки маркетинговых планов продвижения продукции самостоятельно или совместно с отделом маркетинга/рекламы, создание презентационного/рекламного материала;</p>	<p>отлично</p>
---	---	---	----------------

<p>совместно с подразделением маркетинга;          ведения переговоров с представителями телеканалов/радиостанций для согласования сетки вещания</p>	<p>организации проведения рекламных кампаний совместно с подразделением маркетинга;          ведения переговоров с представителями телеканалов/радиостанций для согласования сетки вещания</p>	
	<p><b>Сформированные, имеющие незначительные пробелы в знании</b> 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><b>Сформированные, имеющие незначительные пробелы в умении</b> 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;</p>	<p>хорошо</p>

оперативно реагировать на  
изменяющуюся ситуацию в  
интересах организации.

**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

**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.

**Сформированные, но  
имеющие значительные  
пробелы в умении**  
определять рекламную

удовлетворительно

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.

**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, создание презентационного/рекламного материала;  
 организации проведения рекламных кампаний совместно с подразделением маркетинга;  
 ведения переговоров с представителями телеканалов/радиостанций для согласования сетки вещания

**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

неудовлетворительно

		<p>музыкальные технологии и звуковой дизайн мультимедиапрограмм; технические средства телерадиовещания.</p>	
		<p><b>Отсутствие умений</b> 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><b>Отсутствие владений</b> навыками формирования рекомендаций для создания промо роликов; 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><b>ПК-9</b> -Способен к управлению созданием и выпуском в эфир продуктов телерадиовещательных СМИ</p>	<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:</p>	<p><b>Сформированные знания</b> о современных технических средствах и технологиях для создания медийных продуктов; передовом отечественном и зарубежном опыте; методах и инструментах эффективного менеджмента; экспертном анализе и методах оценки рисков; основах бюджетирования</p> <p><b>сформированные умения</b></p>	<p>отлично</p>

	<p>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;</p> <p>Использовать необходимое программное обеспечение;</p> <p>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>	<p>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;</p> <p>Использовать необходимое программное обеспечение;</p> <p>Формировать бюджет (сметную документацию)</p> <p><b>Сформированные владения</b></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>	
		<p><b>Сформированные, имеющие незначительные пробелы в знании</b></p> <p>современных технических средств и технологий для создания медийных продуктов;</p> <p>передового отечественного и зарубежного опыта;</p> <p>методов и инструментов эффективного менеджмента;</p>	Хорошо

экспертного анализа и методов оценки рисков; основ бюджетирования

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)

**Сформированные, имеющие незначительные 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)

**Сформированные, но имеющие значительные пробелы в знании**

современных технических средств и технологии для создания

удовлетворительно

медийных продуктов;  
передового отечественного и  
зарубежного опыта;  
методов и инструментов  
эффективного менеджмента;  
экспертного анализа и  
методов оценки рисков;  
основ бюджетирования

**Сформированные, но  
имеющие значительные  
пробелы в умении**

определять постановочную  
сложность, стоимость и  
источники  
ресурсного обеспечения  
создания и реализации нового  
продукта;

**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)

**Отсутствие знаний**

современных технических  
средств и технологии для  
создания  
медийных продуктов;  
передового отечественного и  
зарубежного опыта;

неудовлетворительно

		<p>методов и инструментов эффективного менеджмента; экспертного анализа и методов оценки рисков; основ бюджетирования</p> <p><b>Отсутствие умений</b></p> <p>определять постановочную сложность, стоимость и источники ресурсного обеспечения создания и реализации нового продукта;</p> <p><b>Отсутствие владений</b></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>	
<p>ПК-10 Способен к руководству структурным подразделением для выпуска в эфир продуктов телерадиовещательных СМИ</p>	<p><b>ИПК 10.1. Знает:</b></p> <p>основные положения организации труда;</p> <p>трудовое законодательство Российской Федерации (основные положения);</p> <p>законодательство Российской Федерации о средствах массовой информации, рекламе и авторском праве;</p> <p>теорию и практику управленческого менеджмента;</p>	<p><b>Сформированные знания</b></p> <p>основных положений организации труда;</p> <p>трудового законодательства Российской Федерации (основные положения);</p> <p>о законодательстве Российской Федерации о средствах массовой информации, рекламе и авторском праве;</p> <p>о теории и практике управленческого менеджмента;</p>	<p>Отлично</p>

основные принципы эксплуатации и обслуживания эфирного и производственного оборудования;

правила по охране труда, пожарной безопасности

**ИПК 10.2. Умеет:**

использовать приемы эффективного менеджмента; оценивать эффективность трудовой деятельности работников;

проводить собеседования с кандидатами на замещение вакантных должностей;

использовать в работе необходимые программные продукты;

определять приоритеты текущих и общих дел

**ИПК 10.3. Владеет:**

Навыками организации, координации и контроля работы сотрудников структурного подразделения по выпуску телерадиопродуктов в эфир;

Составление расписания работы ведущих эфира и авторских программ;

Ежедневного контроля работы ведущих линейного эфира, внесение необходимых корректировок;

кастинга и выбора ведущих; организации и контроля подготовки и выхода в эфир ежедневных новостных и информационных сценариев, презентационных и рекламных роликов, взаимодействие со смежными подразделениями;

проверки рекламных роликов, выходящих в эфир, на соответствие законодательству Российской Федерации о рекламе и требованиям корпоративного формата;

утверждения наполнения и изменения сетки вещания, контроля выхода элементов эфира и их длительности;

основных принципах эксплуатации и обслуживания эфирного и производственного оборудования;

правил по охране труда, пожарной безопасности

**Сформированные умения**

использовать приемы эффективного менеджмента; оценивать эффективность трудовой деятельности работников;

проводить собеседования с кандидатами на замещение вакантных должностей;

использовать в работе необходимые программные продукты;

определять приоритеты текущих и общих дел

**Сформированные владения**

навыками организации, координации и контроля работы сотрудников структурного подразделения по выпуску телерадиопродуктов в эфир;

Составление расписания работы ведущих эфира и авторских программ;

Ежедневного контроля работы ведущих линейного эфира, внесение необходимых корректировок;

кастинга и выбора ведущих; организации и контроля подготовки и выхода в эфир ежедневных новостных и информационных сценариев, презентационных и рекламных роликов, взаимодействие со смежными подразделениями;

проверки рекламных роликов, выходящих в эфир, на соответствие законодательству Российской Федерации о рекламе и требованиям корпоративного формата;

утверждения наполнения и изменения сетки вещания, контроля выхода элементов эфира и их длительности;

осуществления контроля информационной насыщенности, соблюдения формата, динамичности предоставления информации в эфире;

осуществления контроля информационной насыщенности, соблюдения формата, динамичности предоставления информации в эфире; решения ежедневных производственных задач; контроля соблюдения правил по охране труда и пожарной безопасности

решения ежедневных производственных задач; контроля соблюдения правил по охране труда и пожарной безопасности

**Сформированные, имеющие незначительные пробелы в знании**

основных положений организации труда; трудового законодательства Российской Федерации (основные положения); о законодательстве Российской Федерации о средствах массовой информации, рекламе и авторском праве; о теории и практике управленческого менеджмента; основных принципах эксплуатации и обслуживания эфирного и производственного оборудования; правил по охране труда, пожарной безопасности

**Сформированные, имеющие незначительные пробелы в умении** использовать приемы эффективного менеджмента; оценивать эффективность трудовой деятельности работников; проводить собеседования с кандидатами на замещение вакантных должностей; использовать в работе необходимые программные продукты; определять приоритеты текущих и общих дел

**Сформированные, имеющие незначительные пробелы во владении** навыками организации, координации и контроля работы сотрудников структурного подразделения по выпуску телерадиопродуктов в эфир; Составление расписания работы ведущих эфира и авторских программ; Ежедневного контроля работы ведущих линейного эфира, внесение необходимых корректировок; кастинга и выбора ведущих; организации и контроля подготовки и выхода в эфир

Хорошо

ежедневных новостных и информационных сценариев, презентационных и рекламных роликов, взаимодействие со смежными подразделениями; проверки рекламных роликов, выходящих в эфир, на соответствие законодательству Российской Федерации о рекламе и требованиям корпоративного формата; утверждения наполнения и изменения сетки вещания, контроля выхода элементов эфира и их длительности; осуществления контроля информационной насыщенности, соблюдения формата, динамичности предоставления информации в эфире; решения ежедневных производственных задач; контроля соблюдения правил по охране труда и пожарной безопасности

**Сформированные, но имеющие значительные пробелы в знании** основных положений организации труда;

трудового законодательства Российской Федерации (основные положения);

о законодательстве Российской Федерации о средствах массовой информации, рекламе и авторском праве;

о теории и практике управленческого менеджмента;

основных принципах эксплуатации и обслуживания эфирного и производственного оборудования;

правил по охране труда, пожарной безопасности

**Сформированные, но имеющие значительные пробелы в**

**умении** использовать приемы эффективного менеджмента;

оценивать эффективность трудовой деятельности работников;

удовлетворительно

проводить собеседования с кандидатами на замещение вакантных должностей; использовать в работе необходимые программные продукты; определять приоритеты текущих и общих дел

**Сформированные, но имеющие значительные пробелы во владении** навыками организации, координации и контроля работы сотрудников структурного подразделения по выпуску телерадиопродуктов в эфир; Составление расписания работы ведущих эфира и авторских программ; Ежедневного контроля работы ведущих линейного эфира, внесение необходимых корректировок; кастинга и выбора ведущих; организации и контроля подготовки и выхода в эфир ежедневных новостных и информационных сценариев, презентационных и рекламных роликов, взаимодействие со смежными подразделениями; проверки рекламных роликов, выходящих в эфир, на соответствие законодательству Российской Федерации о рекламе и требованиям корпоративного формата; утверждения наполнения и изменения сетки вещания, контроля выхода элементов эфира и их длительности; осуществления контроля информационной насыщенности, соблюдения формата, динамичности предоставления информации в эфире; решения ежедневных производственных задач; контроля соблюдения правил по охране труда и пожарной безопасности

**Отсутствие знаний** основных положений организации труда; трудового законодательства Российской Федерации (основные положения);

неудовлетворительно

о законодательстве Российской Федерации о средствах массовой информации, рекламе и авторском праве;

о теории и практике управленческого менеджмента;

основных принципах эксплуатации и обслуживания эфирного и производственного оборудования;

правил по охране труда, пожарной безопасности

**Отсутствие умений**

использовать приемы эффективного менеджмента;

оценивать эффективность трудовой деятельности работников;

проводить собеседования с кандидатами на замещение вакантных должностей;

использовать в работе необходимые программные продукты;

определять приоритеты текущих и общих дел

**Отсутствие владений**

навыками организации, координации и контроля работы сотрудников структурного подразделения по выпуску телерадиопродуктов в эфир;

Составление расписания работы ведущих эфира и авторских программ;

Ежедневного контроля работы ведущих линейного эфира, внесение необходимых корректировок;

кастинга и выбора ведущих;

организации и контроля подготовки и выхода в эфир ежедневных новостных и информационных сценариев, презентационных и рекламных роликов, взаимодействие со смежными подразделениями;

проверки рекламных роликов, выходящих в эфир, на соответствие законодательству Российской Федерации о рекламе и требованиям корпоративного формата;

утверждения наполнения и изменения сетки вещания,

		<p>контроля выхода элементов эфира и их длительности; осуществления контроля информационной насыщенности, соблюдения формата, динамичности предоставления информации в эфире;</p> <p>решения ежедневных производственных задач; контроля соблюдения правил по охране труда и пожарной безопасности</p>	
<p><b>ПК-11</b> -Способен к оценке рейтинговых позиций существующих продуктов и планирование будущих проектов</p>	<p><b>ИПК 11.1. Знает:</b></p> <p>конъюнктуру рынка медиапродуктов; особенности целевой аудитории, ее социальные и психологические характеристики</p> <p><b>ИПК 11.2. Умеет:</b></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><b>ИПК 11.3. Владеет:</b></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</p>	<p><b>Сформированные знания</b></p> <p>конъюнктуры рынка медиапродуктов; особенностей целевой аудитории, ее социальные и психологические характеристики</p> <p><b>Сформированные умения</b></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>	отлично
		<p>Сформированные владения:</p> <p>навыками определения необходимости исследования спроса на продукты/проекты;</p> <p>анализа результатов мониторинга рейтингов телерадиовещательных средств массовой информации;</p>	

телерадиовещательного СМИ,  
по оперативному изменению  
программы передач

оценки эффективности и  
актуальности  
продукта/проекта;  
формирования предложения о  
приобретении или создании  
нового продукта,  
отвечающего концепции  
телерадиовещательного СМИ,  
по оперативному изменению  
программы передач

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

хорошо

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; особенностей целевой аудитории, ее социальные и психологические характеристики

Сформированные, но имеющие значительные 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, но имеющие значительные пробелы во 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

		<p>телерадиовещательного СМИ, по оперативному изменению программы передач</p> <p>Отсутствие знаний конъюнктуры рынка медиапродуктов; особенностей целевой аудитории, ее социальные и психологические характеристики</p> <p>отсутствие умений 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;</p> <p>работать с большим объемом информации; обосновывать и принимать стратегические решения</p> <p>Отсутствие владений: 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 СМl, по оперативному изменению программы передач</p>	<p>неудовлетворительно</p>
<p><b>ПК-12</b> -Способен к организации работы по созданию/покупке продуктов</p>	<p><b>ИПК 12.1. Знает:</b> историю России, новейшую историю и основы международной политики;</p>	<p><b>Сформированные знания</b> истории России, новейшей истории и основ международной политики;</p>	<p>отлично</p>

<p>телерадиовещательных СМИ, контроль их соответствия тематической направленности и соблюдения сроков сдачи</p>	<p>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</p>	<p>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><b>ИПК 12.2. Умеет:</b></p> <p>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><b>Сформированные умения</b></p> <p>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><b>ИПК 12.3. Владеет:</b></p> <p>навыками формирования востребованного круга тем и проблем для освещения в СМИ</p> <p>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>	<p><b>Сформированные владения</b></p> <p>навыками формирования востребованного круга тем и проблем для освещения в СМИ</p> <p>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>

**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

**Сформированные, имеющие незначительные пробелы в умении**

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 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; привлечения востребованных медиаперсон для авторских проектов; контроля разработки и создания анонсов новых

<p>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>	
<p><b>Сформированные, но имеющие значительные пробелы в знании</b>  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>	удовлетворительно
<p><b>Сформированные, но имеющие значительные пробелы в умении</b>  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><b>Сформированные, но имеющие значительные пробелы во владении</b>  навыками формирования  востребованного круга тем и  проблем для освещения в  СМИ</p>	

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

**отсутствие знаний**

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

**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

**отсутствие владений**

неудовлетворительно

		<p>навыками формирования востребованного круга тем и проблем для освещения в СМИ</p> <p>определения стратегических направлений новых продуктов телерадиовещательных СМИ;</p> <p>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><b>ПК-13-</b> Способен к продвижению продуктов телерадиовещательных СМИ</p>	<p><b>ИПК 13.1. Знает:</b></p> <p>правила устной и письменной речи русского языка и иностранного языка (при необходимости);</p> <p>основы этики и психологии делового общения</p> <p><b>ИПК 13.2. Умеет:</b></p> <p>устраивать публичные выступления, в том числе пресс-конференции для средств массовой информации;</p> <p>использовать особенности литературного, делового, научного стилей в ходе публичных выступлений;</p> <p>владеть иностранными языками, необходимыми для осуществления должностных обязанностей;</p> <p>готовить презентационные материалы, информационно-аналитические материалы, справки о деятельности организации;</p> <p>создавать положительный имидж организации</p> <p><b>ИПК 13.3. Владеет:</b></p> <p>навыками установления деловых связей и организация</p>	<p><b>Сформированные знания</b></p> <p>правил устной и письменной речи русского языка и иностранного языка (при необходимости);</p> <p>основы этики и психологии делового общения</p> <p><b>Сформированные умения:</b></p> <p>устраивать публичные выступления, в том числе пресс-конференции для средств массовой информации;</p> <p>использовать особенности литературного, делового, научного стилей в ходе публичных выступлений;</p> <p>владеть иностранными языками, необходимыми для осуществления должностных обязанностей;</p> <p>готовить презентационные материалы, информационно-аналитические материалы, справки о деятельности организации;</p> <p>создавать положительный имидж организации</p> <p><b>Сформированные владения</b></p> <p>навыками установления деловых связей и организация</p>	<p>Отлично</p>

сотрудничества с различными государственными, общественными, коммерческими и другими организациями с целью продвижения продуктов; представления интересов организации в органах государственной власти и органах местного самоуправления

сотрудничества с различными государственными, общественными, коммерческими и другими организациями с целью продвижения продуктов; представления интересов организации в органах государственной власти и органах местного самоуправления

**Сформированные, имеющие незначительные пробелы в знании**

правил устной и письменной речи русского языка и иностранного языка (при необходимости);

основы этики и психологии делового общения

**Сформированные, имеющие незначительные пробелы в умении:**

устраивать публичные выступления, в том числе пресс-конференции для средств массовой информации;

использовать особенности литературного, делового, научного стилей в ходе публичных выступлений;

владеть иностранными языками, необходимыми для осуществления должностных обязанностей;

готовить презентационные материалы, информационно-аналитические материалы, справки о деятельности организации;

создавать положительный имидж организации

**Сформированные, имеющие незначительные пробелы в владении**

навыками установления деловых связей и организация сотрудничества с различными государственными, общественными, коммерческими и другими организациями с целью продвижения продуктов;

Хорошо

		<p>представления интересов организации в органах государственной власти и органах местного самоуправления</p>	
		<p><b>Сформированные, но имеющие значительные пробелы в знании</b> правил устной и письменной речи русского языка и иностранного языка (при необходимости); основы этики и психологии делового общения</p> <p><b>Сформированные, но имеющие значительные пробелы в умении:</b></p> <p>устраивать публичные выступления, в том числе пресс-конференции для средств массовой информации;</p> <p>использовать особенности литературного, делового, научного стилей в ходе публичных выступлений;</p> <p>владеть иностранными языками, необходимыми для осуществления должностных обязанностей;</p> <p>готовить презентационные материалы, информационно-аналитические материалы, справки о деятельности организации;</p> <p>создавать положительный имидж организации</p> <p><b>Сформированные, но имеющие значительные пробелы в владении</b> навыками установления деловых связей и организация сотрудничества с различными государственными, общественными, коммерческими и другими организациями с целью продвижения продуктов;</p> <p>представления интересов организации в органах государственной власти и органах местного самоуправления</p>	<p>удовлетворительно</p>

		<p><b>Отсутствие знаний</b></p> <p>правил устной и письменной речи русского языка и иностранного языка (при необходимости);</p> <p>основы этики и психологии делового общения</p> <p><b>Отсутствие умений:</b></p> <p>устраивать публичные выступления, в том числе пресс-конференции для средств массовой информации;</p> <p>использовать особенности литературного, делового, научного стилей в ходе публичных выступлений;</p> <p>владеть иностранными языками, необходимыми для осуществления должностных обязанностей;</p> <p>готовить презентационные материалы, информационно-аналитические материалы, справки о деятельности организации;</p> <p>создавать положительный имидж организации</p> <p><b>Отсутствие владений</b></p> <p>навыками установления деловых связей и организация сотрудничества с различными государственными, общественными, коммерческими и другими организациями с целью продвижения продуктов;</p> <p>представления интересов организации в органах государственной власти и органах местного самоуправления</p>	неудовлетворительно
<p><b>ПК-14</b> - Способен анализировать, оценивать и редактировать медиатексты, приводить их в соответствие с нормами, стандартами, форматами, стилями, технологическими требованиями,</p>	<p>ИПК 14.1. Знает принципы редактирования медиатекстов</p>	<p><b>Сформированные знания</b></p> <p>принципов редактирования медиатекстов</p> <p><b>Сформированные умения</b></p> <p>анализировать и оценивать медиатексты с учетом требований, принятых в СМИ разных типов.</p> <p><b>Сформированные владения</b></p> <p>навыками редактирования медиатекстов разных типов</p>	отлично

<p>принятыми в СМИ разных типов</p>	<p>ИПК 14.2. Умеет: анализировать и оценивать медиатексты с учетом требований, принятых в СМИ разных типов.</p>	<p><b>Сформированные, имеющие незначительные пробелы в знании</b> принципов редактирования медиатекстов <b>Сформированные, имеющие незначительные пробелы в умении</b> анализировать и оценивать медиатексты с учетом требований, принятых в СМИ разных типов. <b>Сформированные, имеющие незначительные пробелы в владении</b> навыками редактирования медиатекстов разных типов</p>	<p>хорошо</p>
	<p>ИПК 14.3. Владеет: навыками редактирования медиатекстов разных типов</p>	<p><b>Сформированные, но имеющие значительные пробелы в знании</b> принципов редактирования медиатекстов <b>Сформированные, но имеющие значительные пробелы в умении</b> анализировать и оценивать медиатексты с учетом требований, принятых в СМИ разных типов. <b>Сформированные, но имеющие значительные пробелы в владении</b> навыками редактирования медиатекстов разных типов</p>	<p>удовлетворительно</p>
		<p><b>Отсутствие знаний</b> принципов редактирования медиатекстов <b>Отсутствие умений</b> анализировать и оценивать медиатексты с учетом требований, принятых в СМИ разных типов. <b>Отсутствие владений</b> навыками редактирования медиатекстов разных типов</p>	<p>неудовлетворительно</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. Создавать материалы в информационных жанрах с использованием различных знаковых систем (вербальной, фото-, аудио-, видео-, графической) в зависимости от типа СМИ, являющегося базой практики;
2. Анализировать, оценивать и редактировать медиатексты, приводить их в соответствие с нормами, стандартами, форматами, стилями, технологическими требованиями, принятыми в данном СМИ;
3. Сотрудничать с представителями различных сегментов общества, работать с авторами и редакционной почтой (традиционной и электронной), организовывать интерактивное общение с аудиторией, используя социальные сети и другие современные медийные средства, обеспечивать общественный резонанс публикаций, принимать участие в проведении на базе данного СМИ социально значимых акций;
4. Подготовка собственных материалов в различных информационных жанрах (2-3 шт.) в соответствии с направлением подготовки «Журналистика» (бакалавриат) и спецификой медиаорганизации.

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

**Примерные вопросы к защите отчета:**

1. В каком информационном жанре Вам приходилось больше работать и почему?
2. Назовите авторов, с которыми Вам приходилось работать?
3. Какие современные медийные средства Вы использовали для обеспечения общественного резонанса публикаций?
4. Какую социально значимую акцию проводила Ваша редакция?

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

В ходе практики, независимо от места ее проведения, каждый студент ведет дневник, в котором отражается проделанная им работа по индивидуальному заданию. Дневник подписывается руководителем от базы 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 учебной 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 бакалаврант 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. Редактирование текстов массовой коммуникации : учебное пособие / И. Дымова ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Оренбургский государственный университет». - Оренбург : ОГУ, 2012. - 191 с.; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=259176>.
2. Лазутина , Галина Викторовна. Основы творческой деятельности журналиста : учебник для вузов / Г. В. Лазутина .— 2-е изд., перераб. и доп. — М. : Аспект Пресс, 2004 .— 240 с. ( 19 экз)

### **2. Дополнительная литература**

1. Клещев, О.И. Основы производственного мастерства: художественно-техническое редактирование : учебное пособие / О.И. Клещев ; Министерство образования

и науки Российской Федерации, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Уральская государственная архитектурно-художественная академия» (ФГБОУ ВПО «УралГАХА»). - Екатеринбург :Архитектон, 2015. - 107 с. : схем., ил. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-7408-0221-3 ; То же [Электронный ресурс]. - URL:

<http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=455449>

2. Олешко, Владимир Федорович. Журналистика как творчество : учеб. пособие для курсов "Основы журналистики" и "Основы творческой деятельности журналиста" / В. Ф. Олешко. -М.: "Рип-холдинг", 2004. - 222 (10 экз)

3. Сметанина , Светлана Ивановна. Литературное редактирование для журналистов и специалистов по связям с общественностью : материалы для занятий : учеб. пособие / С. И. Сметанина .— Санкт-Петербург : Изд-во Михайлова В. А., 2003 .— 252 с.(25 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. <b>Учебная аудитория для проведения групповых и индивидуальных консультаций:</b> Лаборатория компьютерной филологии № 412 (главный корпус)</p> <p>2. <b>Учебная аудитория для текущего контроля и промежуточной аттестации:</b> ауд. 213 (главный корпус), ауд. 401 (главный корпус);</p> <p>3. <b>Помещения для самостоятельной работы:</b> Читальный зал № 1 (главный корпус)</p>	<p>групповые и индивидуальные консультации</p> <p>текущий контроль, промежуточная аттестация.</p> <p>самостоятельная работа</p>	<p style="text-align: center;"><b>Аудитория № 412.</b></p> <p>Учебная мебель, шкаф, доска, видеочамера 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 style="text-align: center;"><b>Аудитория № 213.</b></p> <p>Учебная мебель, доска, учебно-наглядные пособия, трибуна, мультимедиа проектор Aser P7500. <b>Аудитория № 401.</b></p> <p>Учебная мебель, учебно-наглядные пособия, доска; шкаф, мобильный переносной проектор PJD5226, экран на штативе 224*183</p> <p style="text-align: center;"><b>Читальный зал № 1</b></p> <p>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»  
(БАШГУ)

Наименование факультета

Наименование кафедры

**ОТЧЕТ О ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКЕ  
(ПРОФЕССИОНАЛЬНО-ТВОРЧЕСКАЯ)  
СТУДЕНТА**

-го курса группы ж/о

**ФИО в родительном падеже!**

---

Уровень высшего образования:

Бакалавриат

Направление подготовки

42.03.02. Журналистика

Направленность (профиль)  
программы

Срок проведения практики:

С «    » \_\_\_\_\_ по «    » \_\_\_\_\_ 201 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.	<ul style="list-style-type: none"> <li>– установочная лекция о целях и задачах практики, правах и обязанностях практикантов, сроках прохождения практики;</li> <li>– разъяснение требований к ведению дневника практиканта и оформлению отчета по практике;</li> <li>– конкретизация индивидуальных заданий с учетом базы практики.</li> </ul>	00.00.0000- 00.00.0000
2.	Основной этап.	<ul style="list-style-type: none"> <li>– знакомство практиканта с базой практики и коллективом редакции;</li> <li>– знакомство с документами, регулирующими деятельность редакции (лицензия, устав, концепция);</li> <li>- назначение руководителя от базы практики; - ознакомление руководителя от базы практики с индивидуальным заданием практиканта;</li> <li>- прохождение инструктажа по охране труда и технике безопасности, по пожарной безопасности.</li> <li>– выполнение индивидуальных заданий руководителя от базы практики по созданию материалов для массмедиа в информационных жанрах, форматах с использованием различных знаковых систем; редактированию медиатекстов разных типов; - работать с авторами и редакционной почтой;</li> <li>- организовать интерактивное общение с аудиторией;</li> <li>- участвовать в проведении на базе СМИ социально значимых акций.</li> </ul>	00.00.0000- 00.00.0000
3.	Заключительный этап.	Оформление отчетной документации. Подготовка результатов практики к презентации.	00.00.0000- 00.00.0000

Руководитель практики от кафедры \_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_

подпись И.О. Фамилия

Руководитель практики от профильной организации \_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_

подпись И.О. Фамилия

#### 4. ИНДИВИДУАЛЬНОЕ ЗАДАНИЕ

1. Создавать материалы в информационных жанрах с использованием различных знаковых систем (вербальной, фото-, аудио-, видео-, графической) в зависимости от вида СМИ, являющегося базой практики;
2. Анализировать, оценивать и редактировать медиатексты, приводить их в соответствие с нормами, стандартами, форматами, стилями, технологическими требованиями, принятыми в данном СМИ;
3. Сотрудничать с представителями различных сегментов общества, работать с авторами и редакционной почтой (традиционной и электронной), организовывать интерактивное общение с аудиторией, используя социальные сети и другие современные медийные средства, обеспечивать общественный резонанс публикаций, принимать участие в проведении на базе данного СМИ социально значимых акций;
4. Подготовка собственных материалов в различных информационных жанрах (2-3 шт.) в соответствии с направлением подготовки 42.03.02 Журналистика и спецификой медиаорганизации.

Руководитель практики от кафедры

\_\_\_\_\_/\_\_\_\_\_  
подпись И.О. Фамилия

Руководитель практики от профильной  
организации

\_\_\_\_\_/\_\_\_\_\_  
подпись И.О.  
Фамилия

ОЗНАКОМЛЕН:

Студент

\_\_\_\_\_/\_\_\_\_\_  
подпись И.О.  
Фамилия



## 6. ДНЕВНИК РАБОТЫ СТУДЕНТА

Дата	Информация о проделанной работе
00.00.0000	

Руководитель практики от профильной организации \_\_\_\_\_ /

\_\_\_\_\_

подпись И.О. Фамилия



## 8. ОТЗЫВ О ПРАКТИКЕ СТУДЕНТА

Студент \_\_\_\_\_ прошел  
производственную практику с «\_\_» \_\_\_\_\_ 201 г. по «\_\_» \_\_\_\_\_ 201 г.

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 профильной организации

\_\_\_\_\_/\_\_\_\_\_  
М.П. подпись И.О. Фамилия

## 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.