

МИНОБРАЗОВАНИЯ 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 УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ**

**Профессионально-ознакомительная практика**

**Уровень высшего образования:**

Бакалавриат

Направление подготовки

42.03.02 Журналистика

Направленность (профиль) подготовки

Производство продукции телерадиовещательных средств массовой информации

Форма обучения

Очная

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/ Директор

\_\_\_\_\_

/ Ф.И.О./

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

---

---

---

---

---

---

---

---

\_\_\_\_\_ протокол № \_\_\_\_ от « \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 201 \_ г.

Декан/ Директор

\_\_\_\_\_

/ Ф.И.О./

## СОДЕРЖАНИЕ

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

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

### 1.1. Вид практики:

Вид практики - учебная. Проводится в целях получения первичных профессиональных умений и навыков.

### Тип практики:

Профессионально-ознакомительная 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 учебной практики является:

- ознакомление обучающихся функционированием средств массовой информации и других медиаорганизаций, реалиями их повседневной деятельности;

-

- закрепление на практическом уровне знаний, полученных на первом году обучения; формирование первичных профессиональных навыков.

2.2. Основными задачами учебной практики обучающихся являются:

- закрепление теоретических знаний, полученных в течение первого года обучения;

- ознакомление с типами и структурой медиаорганизаций, обязанностями сотрудников различного должностного статуса;

- знакомство с практиками редакционной деятельности: процессами планирования, формирования медиаконтента, многообразием обязанностей творческих сотрудников,

этическими нормами и корпоративными правилами;

- ознакомление с техническими службами медиаорганизаций;

- освоение навыков работы с источниками информации, ее сбора и проверки;

- освоение навыков находить информационные поводы и актуальные темы для публикаций.

2.3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате прохождения практики:

Код компетенции по ФГОС	Формируемые компетенции (с указанием кода)	Перечень планируемых результатов обучения при прохождении практики (индикаторы достижения) с указанием кода
ПК-1	Способен к творческо-организационной 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
ПК-2	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

		<p>ИПК 2.2. Умеет:</p> <p>находить информацию, выявлять и использовать различные источники информации;</p> <p>планировать освещение значимых событий;</p> <p>выделять ключевые моменты в исходном материале для последующего использования в новом продукте;</p> <p>анализировать информацию из различных источников, определять степень ее достоверности, ориентироваться в новостном пространстве, информационном поле;</p> <p>прогнозировать (оценивать) успешность будущего продукта;</p> <p>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;</p> <p>определения темы и основного содержания нового продукта и новостного блока;</p> <p>оценки оригинальности идеи нового продукта</p> <p>оценки актуальности нового продукта, его художественной ценности и востребованности;</p> <p>определения целевой аудитории нового продукта</p> <p>согласования тематики нового продукта с руководством канала</p>
<b>ПК-3</b>	Способен к подготовке создания сценарного материала нового продукта	<p>ИПК 3.1. Знает:</p> <p>законодательство Российской Федерации и иные нормативные правовые акты, методические и нормативные документы, регламентирующие деятельность средств массовой информации;</p> <p>историю России, новейшую историю и основы международной политики;</p> <p>грамматику, стилистику, фонетику русского языка;</p> <p>принципы создания и редактирования текстов</p>
		<p>ИПК 3.2. Умеет:</p> <p>изучать и анализировать отечественные и зарубежные источники информации по тематике создаваемых продуктов;</p> <p>определять актуальные и интересные темы для потребителей продуктов телерадиовещательных СМИ;</p> <p>использовать особенности литературного, делового, научного стилей в письменной речи;</p> <p>подбирать темы для материалов, планировать освещение событий, находить экспертов и комментаторов;</p> <p>принимать оперативные обоснованные решения;</p>
		<p>ИПК 3.3. Владеет:</p> <p>навыками инициирования творческих идей для создания нового продукта;</p> <p>формирования требований к создаваемому сценарному материалу;</p> <p>ведения переговоров (переписки) с авторами (сценаристами) по определению стоимости работ и сроков подготовки сценарного материала;</p> <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>
<b>ПК-4 -</b>	Способен к планированию создания нового продукта телерадиовещательных СМИ	<p>ИПК 4.1. Знает:</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>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>
<b>ПК-6.</b>	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>
<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:</p>

		<p>определять рекламную стратегию для продвижения конечного продукта;          ставить цели и определять пути их достижения;          формировать имидж продукта;          использовать производственно-технические возможности компьютерных технологий;          определять необходимость оперативного влияния на ситуацию;          оперативно реагировать на изменяющуюся ситуацию в интересах организации.</p>
		<p>ИПК 8.3. Владеет:          Навыками формирования рекомендаций для создания промороликов;          разработки маркетинговых планов продвижения продукции самостоятельно или совместно с отделом маркетинга/рекламы, создание презентационного/рекламного материала;          организации проведения рекламных кампаний совместно с подразделением маркетинга;          ведения переговоров с представителями телеканалов/радиостанций для согласования сетки вещания</p>
<p><b>ПК-12</b></p>	<p>Способен к организации работы по созданию/покупке продуктов телерадиовещательных СМИ, контроль их соответствия тематической направленности и соблюдения сроков сдачи</p>	<p>ИПК 12.1. Знает:          историю России, новейшую историю и основы международной политики;          цели и задачи планируемого продукта телерадиовещательных СМИ;          социальные и психологические характеристики целевой аудитории;          мировые тенденции развития сферы СМИ (содержательные и технологические);          методы производства мультимедийных продуктов, основные сведения о телекоммуникационных системах, применяемых для теле- и радиовещания;          инновационный опыт в сфере СМИ</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>



### 3. Место практики в структуре образовательной программы

Практика проводится в соответствии с календарным учебным графиком после первого года 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	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

### 4. Объем практики

Учебным планом по направлению подготовки 42.03.02 Журналистика предусмотрено проведение данной практики общей продолжительностью: общая трудоемкость составляет для дневной формы обучения 6 зачетных единиц (216 академических часов). В том числе: в форме контактной работы 48 часов, в форме самостоятельной работы 168 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.	— установочная лекция о целях и задачах срока прохождения практики, правах и обязанностях практикантов; –разъяснение требований к ведению дневника практиканта и оформлению отчета по практике; — конкретизация индивидуальных заданий с учетом базы практики.	график (план) в дневнике практики
2.	Основной этап.	-знакомство практиканта с базой практики и коллективом редакции; -знакомство с документами, регулирующими деятельность редакции (лицензия, устав, концепция); -назначение руководителя от базы практики;	дневник практики; собеседование; контроль качества выполняемой работы

		-ознакомление руководителя от базы практики с индивидуальным заданием практиканта; -прохождение инструктажа по охране труда и технике безопасности, по пожарной безопасности. –выполнение индивидуальных заданий руководителя от базы практики по сбору и обработке информации; – участие в производственных совещаниях; -выезд в командировку с целью сбора информации; -участие в производственных процессах по созданию печатного издания или теле-, радиопрограмм; -сотрудничество с техническими службами.	
3.	Заключительный этап.	Оформление отчетной документации.	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 (дирекцией) сроки.

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

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

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

Код компетенции	Наименование компетенции	Этапы формирования компетенции
<b>ПК-3</b>	Способен к получению информации для подготовки материала	<p>ИПК 3.1. Знает: законодательство Российской Федерации и иные нормативные правовые акты, методические и нормативные документы, регламентирующие деятельность средств массовой информации; историю России, новейшую историю и основы международной политики; грамматику, стилистику, фонетику русского языка; принципы создания и редактирования текстов</p>
		<p>ИПК 3.2. Умеет: изучать и анализировать отечественные и зарубежные источники информации по тематике создаваемых продуктов; определять актуальные и интересные темы для потребителей продуктов телерадиовещательных СМИ; использовать особенности литературного, делового, научного стилей в письменной речи; подбирать темы для материалов, планировать освещение событий, находить экспертов и комментаторов; принимать оперативные обоснованные решения;</p>
		<p>ИПК 3.3. Владеет: навыками инициирования творческих идей для создания нового продукта; формирования требований к создаваемому сценарному материалу; ведения переговоров (переписки) с авторами (сценаристами) по определению стоимости работ и сроков подготовки сценарного материала; контроля сроков выполнения работ по подготовке сценарного материала; оценки качества сценарного материала, в случае необходимости формулирования требований по доработке и внесению необходимых изменений;</p>
<b>ПК-4</b>	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
<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-8</b>	Способен к организации продвижения готовых продуктов и продуктов на этапе создания	<p>ИПК 8.1. Знает:</p> <p>законодательство Российской Федерации о рекламе;</p> <p>методы проведения рекламных кампаний, включая сетевые возможности продвижения контента;</p> <p>передовой отечественный и зарубежный опыт производства и продвижения продукции телерадиовещания;</p> <p>технологии медиапроизводства, программное обеспечение и аппаратные средства мультимедиа, основы компьютерной графики и анимации, компьютерные музыкальные технологии и звуковой дизайн мультимедиапрограмм;</p> <p>технические средства телерадиовещания</p>
		<p>ИПК 8.2. Умеет:</p> <p>определять рекламную стратегию для продвижения конечного продукта;</p> <p>ставить цели и определять пути их достижения;</p> <p>формировать имидж продукта;</p> <p>использовать производственно-технические возможности компьютерных технологий;</p> <p>определять необходимость оперативного влияния на ситуацию;</p> <p>оперативно реагировать на изменяющуюся ситуацию в интересах организации.</p>

Код компетенции	Наименование компетенции	Этапы формирования компетенции
		<p>ИПК 8.3. Владеет:</p> <p>Навыками формирования рекомендаций для создания промороликов;</p> <p>разработки маркетинговых планов продвижения продукции самостоятельно или совместно с отделом маркетинга/рекламы, создание презентационного/рекламного материала;</p> <p>организации проведения рекламных кампаний совместно с подразделением маркетинга;</p> <p>ведения переговоров с представителями телеканалов/радиостанций для согласования сетки вещания</p>
<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>

## 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	ИПК 1.1. Знает: методы сбора,	Демонстрирует исчерпывающие знания методов сбора, проверки и анализа информации;	отлично

деятельности по созданию новых продуктов телерадиовещательных СМИ	обработки, проверки и анализа информации ИПК 1.2. Умеет: выбирать актуальные темы и проблемы для создания новых продуктов телерадиовещательных СМИ ИПК 1.3. Владеет: навыком создания новых продуктов телерадиовещательных СМИ с учетом их специфики	Демонстрирует сформированное умение выбирать актуальные темы и проблемы для создания новых продуктов телерадиовещательных СМИ	хорошо
		Успешно владеет навыками создания новых продуктов телерадиовещательных СМИ с учетом их специфики	
		Знает методов сбора, проверки и анализа информации;	
		Может выбирать актуальные темы и проблемы для создания новых продуктов телерадиовещательных СМИ	
		Владеет основными навыком создания новых продуктов телерадиовещательных СМИ с учетом их специфики	
		Демонстрирует бессистемные знания о методах сбора, проверки и анализа информации	удовлетворительно
		Слабо ориентируется в актуальных темах и проблемах для создания новых продуктов телерадиовещательных СМИ;	
		Показывает слабые навыки создания новых продуктов телерадиовещательных СМИ с учетом их специфики	
		Не знает методы сбора, проверки и анализа информации;	неудовлетворительно
		Не умеет выбирать актуальные темы и проблемы для создания новых продуктов телерадиовещательных СМИ; ;	
		Не владеет навыками создания новых продуктов телерадиовещательных СМИ с учетом их специфики	
ПК- 2: Способен к определению формата, тематики и оценке материала для нового продукта телерадиовещательных СМИ	ИПК 2.1. Знает: современные информационно-коммуникационные технологии; информационную специализацию СМИ; конъюнктуру медийного рынка, мировые тенденции в медиаиндустрии; корпоративные требования к продуктам телерадиовещательных СМИ; историю России, новейшую историю и основы международной политики; законодательство Российской Федерации и иные нормативные	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	Отлично

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

правовые акты, методические и нормативные документы, регламентирующие деятельность средств массовой информации

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;

Сформированные навыки поиска идеи/материала для нового продукта по результатам анализа российских и зарубежных источников информации; определения темы и основного содержания нового продукта и новостного блока; оценки оригинальности идеи нового продукта оценки актуальности нового продукта, его художественной ценности и востребованности; определения целевой аудитории нового продукта согласования тематики нового продукта с руководством канал

Сформированные, имеющие незначительные пробелы в знании современных

Хорошо



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, 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, не имеющие незначительные пробелы во владении навыками поиска идеи/материала для нового продукта по результатам анализа российских и зарубежных источников информации; определения темы и основного содержания нового продукта и новостного блока; оценки оригинальности идеи нового продукта; оценки актуальности нового продукта, его художественной ценности и востребованности;

Удовлетворительно

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

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

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

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

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

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

Хорошо

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;  
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,

Удовлетворительно

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

		<p>использовать особенности литературного, делового, научного стилей в письменной речи;</p> <p>подбирать темы для материалов, планировать освещение событий, находить экспертов и комментаторов;</p> <p>принимать оперативные обоснованные решения;</p>	
		<p>Отсутствие владений навыками инициирования творческих идей для создания нового продукта;</p> <p>формирования требований к создаваемому сценарному материалу;</p> <p>ведения переговоров (переписки) с авторами (сценаристами) по определению стоимости работ и сроков подготовки сценарного материала;</p> <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>	
ПК-4 - Способен к планированию создания нового продукта телерадиовещательных СМИ	<p>ИПК 4.1. Знает:</p> <p>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:</p> <p>определять постановочную сложность, стоимость и источники ресурсного обеспечения создания и реализации нового продукта; использовать методы эффективного менеджмента для создания производственного графика и применения технологий; использовать необходимое программное обеспечение; формировать бюджет (сметную документацию)</p>	<p>Сформированные знания</p> <p>современные технические средства и технологии для создания медийных продуктов; передовой отечественный и зарубежный опыт; методы и инструменты эффективного менеджмента; экспертный анализ и методы оценки рисков; основы бюджетирования</p> <p>Сформированные умения</p> <p>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>	отлично



<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>	<p>Сформированные владения 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>
---	--

хорошо

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)

Сформированные, имеющие незначительные пробелы в владении навыками определения производственной мощности, необходимой для создания продукта, включая оборудование; определения потребности в кадровых ресурсах для создания продукта; выбора оптимального плана подготовки и реализации продукта; разработки производственного графика создания продукта; оценки творческой и технической составляющей для оптимизации расходов создания и реализации нового продукта оценки возможных рисков при создании продукта; расчета финансовых средств, необходимых для создания нового продукта; выявления необходимости привлечения дополнительного финансирования (инвестиций)

удовлетворительно

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 реализации нового продукта; использовать методы эффективного менеджмента для создания производственного графика и применения технологий; использовать необходимое программное обеспечение; формировать бюджет (сметную документацию)

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)

Отсутствие знаний  
 современных технических  
 средств и технологии для  
 создания медийных продуктов;  
 передового отечественного и  
 зарубежного опыта;  
 методов и инструментов  
 эффективного менеджмента;  
 экспертного анализа и методов  
 оценки рисков;  
 основы бюджетирования

Отсутствие умений определять  
 постановочную сложность,  
 стоимость и источники  
 ресурсного обеспечения  
 создания и реализации нового  
 продукта;  
 использовать методы  
 эффективного менеджмента для  
 создания производственного  
 графика и применения  
 технологий;  
 использовать необходимое  
 программное обеспечение;  
 формировать бюджет (сметную  
 документацию)

Отсутствие владений навыками  
 определения производственной  
 мощности, необходимой для  
 создания продукта, включая  
 оборудование;

неудовлетворительно

		<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>	
<p>ПК-6 - 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>Сформированные знания 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>Сформированные умения: 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>Сформированные владения навыками определения квалификационных требований к членам рабочей группы продукта (в творческой и технической части);</p>	отлично

	<p>организации обеспечения продукта необходимыми материально-техническими ресурсами в рамках бюджета; подготовки к заключению договоров (контрактов)</p>	<p>организации подбора кадров для создания продукта; организации обеспечения продукта необходимыми материально-техническими ресурсами в рамках бюджета; подготовки к заключению договоров (контрактов)</p>	
<p>ПК -8- Способен к организации продвижения готовых продуктов и продуктов на этапе создания</p>	<p><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;</p>	<p>Сформированные, имеющие незначительные пробелы в знании законодательства Российской Федерации о рекламе; методы проведения рекламных кампаний, включая сетевые возможности продвижения контента; передовой отечественный и зарубежный опыт производства и продвижения продукции телерадиовещания; технологии медиапроизводства, программное обеспечение и аппаратные средства мультимедиа, основы компьютерной графики и анимации, компьютерные музыкальные технологии и звуковой дизайн мультимедиапрограмм; технические средства телерадиовещания.</p> <p>Сформированные, имеющие незначительные пробелы в умении определять рекламную стратегию для продвижения конечного продукта; ставить цели и определять пути их достижения; формировать имидж продукта; использовать производственно-технические возможности компьютерных технологий; определять необходимость оперативного влияния на ситуацию; оперативно реагировать на изменяющуюся ситуацию в интересах организации.</p> <p>Сформированные, имеющие незначительные пробелы во владении навыками формирования рекомендаций для создания промороликов; разработки маркетинговых планов продвижения продукции самостоятельно или</p>	<p>хорошо</p>

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

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

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

Использовать методы эффективного менеджмента для создания производственного графика и применения технологий;  
Использовать необходимое программное обеспечение;  
Формировать бюджет (сметную документацию)

Сформированные владения навыками определения производственной мощности, необходимой для создания продукта, включая оборудование;  
определения потребности в кадровых ресурсах для создания продукта;  
выбора оптимального плана подготовки и реализации продукта;  
разработки производственного графика создания продукта;  
оценки творческой и технической составляющей для оптимизации расходов создания и реализации нового продукта;  
оценки возможных рисков при создании продукта;  
расчета финансовых средств, необходимых для создания нового продукта;  
выявление необходимости привлечения дополнительного финансирования (инвестиций)

Сформированные, имеющие незначительные пробелы в знании современных технических средств и технологий для создания медийных продуктов;  
передового отечественного и зарубежного опыта;



методов и инструментов  
эффективного менеджмента;  
экспертного анализа и методов  
оценки рисков;  
основ бюджетирования

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 в  
владении  
навыками определения  
производственной мощности,  
необходимой для  
создания продукта, включая  
оборудование;  
определения потребности в  
кадровых ресурсах для  
создания  
продукта;  
выбора оптимального плана  
подготовки и реализации  
продукта;  
разработки производственного  
графика создания продукта;  
оценки творческой и  
технической составляющей  
для оптимизации  
расходов создания и  
реализации нового продукта;  
оценки возможных рисков при  
создании продукта;  
расчета финансовых средств,  
необходимых для создания  
нового  
продукта;  
выявление необходимости  
привлечения дополнительного  
финансирования (инвестиций)

		<p>Сформированные, но имеющие значительные пробелы в знании современных технических средств и технологии для создания медийных продуктов;</p> <p>передового отечественного и зарубежного опыта;</p> <p>методов и инструментов эффективного менеджмента;</p> <p>экспертного анализа и методов оценки рисков;</p> <p>основ бюджетирования</p> <p>Сформированные, но имеющие значительные пробелы в умении определять постановочную сложность, стоимость и источники ресурсного обеспечения создания и реализации нового продукта;</p>	
		<p>Сформированные, но имеющие значительные пробелы во владении навыками определения производственной мощности, необходимой для создания продукта, включая оборудование;</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>Отсутствие знаний современных технических средств и технологии для создания медийных продуктов;</p>	неудовлетворительно

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

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

Отсутствие владений навыками определения производственной мощности, необходимой для создания продукта, включая оборудование; определения потребности в кадровых ресурсах для создания продукта; выбора оптимального плана подготовки и реализации продукта; разработки производственного графика создания продукта; оценки творческой и технической составляющей для оптимизации расходов создания и реализации нового продукта; оценки возможных рисков при создании продукта; расчета финансовых средств, необходимых для создания нового продукта; выявление необходимости привлечения дополнительного финансирования (инвестиций)

Сформированные умения выбирать наиболее эффективные методы, способы и средства получения информации; анализировать данные зрительского поведения и конкурентного окружения, следить за новыми тенденциями на рынке; определять сильные и слабые стороны конкурентов; использовать данные социологических исследований по изучению спроса на продукты телерадиовещательных СМИ; работать с большим объемом информации; обосновывать и принимать стратегические решения

Сформированные владения:  
 навыками определения  
 необходимости исследования  
 спроса на продукты/проекты;  
 анализа результатов  
 мониторинга рейтингов  
 телерадиовещательных средств  
 массовой информации;  
 оценки эффективности и  
 актуальности продукта/проекта;  
 формирования предложения о  
 приобретении или создании  
 нового продукта, отвечающего  
 концепции  
 телерадиовещательного СМИ,  
 по оперативному изменению  
 программы передач

Сформированные, имеющие  
 незначительные пробелы в  
 знании  
 конъюнктуры рынка  
 медиапродуктов;  
 особенностей целевой  
 аудитории, ее социальные и  
 психологические  
 характеристики  
 Сформированные, имеющие  
 незначительные пробелы в  
 умении выбирать наиболее  
 эффективные методы, способы и  
 средства получения  
 информации;  
 анализировать данные  
 зрительского поведения и  
 конкурентного окружения,  
 следить за новыми тенденциями  
 на рынке;  
 определять сильные и слабые  
 стороны конкурентов;  
 использовать данные  
 социологических исследований  
 по изучению спроса на продукты  
 телерадиовещательных СМИ;  
 работать с большим объемом  
 информации;  
 обосновывать и принимать  
 стратегические решения

Сформированные, имеющие  
 незначительные пробелы в  
 владении:  
 навыками определения  
 необходимости исследования  
 спроса на продукты/проекты;  
 анализа результатов  
 мониторинга рейтингов  
 телерадиовещательных средств  
 массовой информации;  
 оценки эффективности и  
 актуальности продукта/проекта;  
 формирования предложения о  
 приобретении или создании  
 нового продукта, отвечающего

хорошо

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

		<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>Отсутствие владений:</p> <p>навыками определения необходимости исследования спроса на продукты/проекты;</p> <p>анализа результатов мониторинга рейтингов телерадиовещательных средств массовой информации;</p> <p>оценки эффективности и актуальности продукта/проекта;</p> <p>формирования предложения о приобретении или создании нового продукта, отвечающего концепции телерадиовещательного СМИ, по оперативному изменению программы передач</p>	
<p><b>ПК-12</b> -Способен к организации работы по созданию/покупке продуктов телерадиовещательных СМИ, контроль их соответствия тематической направленности и соблюдения сроков сдачи</p>	<p><b>ИПК 12.1. Знает:</b></p> <p>историю России, новейшую историю и основы международной политики; цели и задачи планируемого продукта телерадиовещательных СМИ; 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><b>ИПК 12.2. Умеет:</b></p> <p>выявлять потребность общества в информации по определенной проблематике;</p>	<p>Сформированные знания истории России, новейшей истории и основ международной политики; целей и задач планируемого продукта телерадиовещательных СМИ; социальные и психологические характеристики целевой аудитории;</p> <p>мировые тенденции развития сферы СМИ (содержательные и технологические);</p> <p>методы производства мультимедийных продуктов, основные сведения о телекоммуникационных системах, применяемых для теле- и радиовещания;</p> <p>инновационный опыт в сфере СМИ</p> <p>Сформированные умения выявлять потребность общества в информации по определенной проблематике;</p> <p>сочетать в концепции программ социальный заказ с</p>	отлично

	<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><b>ИПК 12.3. Владеет:</b></p> <p>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;</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>собственными творческими идеями;</p> <p>моделировать структуру новых продуктов;</p> <p>регулировать творческие разногласия в коллективе</p> <hr/> <p>Сформированные владения навыками формирования востребованного круга тем и проблем для освещения в СМИ определения стратегических направлений новых продуктов телерадиовещательных СМИ; определения модели и формата новых продуктов; привлечения востребованных медиаперсон для авторских проектов;</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> <hr/> <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;</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> <hr/> <p>Сформированные, имеющие незначительные пробелы в умения</p>	<p>хорошо</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>Сформированные, имеющие незначительные пробелы в владения навыками формирования востребованного круга тем и проблем для освещения в СМИ определения стратегических направлений новых продуктов телерадиовещательных СМИ; определения модели и формата новых продуктов; привлечения востребованных медиаперсон для авторских проектов; контроля разработки и создания анонсов новых продуктов телерадиовещательных СМИ; координации деятельности подразделений в ходе создания новых продуктов; утверждения новых продуктов, проверка их на соответствие законодательству Российской Федерации и готовности к выходу в эфир</p>	
		<p>Сформированные, но имеющие значительные 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</p>	<p>удовлетворительно</p>



		<p>системах, применяемых для теле- и радиовещания; инновационный опыт в сфере СМИ</p>	
		<p>Сформированные, но имеющие значительные 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</p>	
		<p>Сформированные, но имеющие значительные пробелы во владении навыками формирования востребованного круга тем и проблем для освещения в СМИ определения стратегических направлений новых продуктов телерадиовещательных СМИ; определения модели и формата новых продуктов; 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>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);</p>	<p>неудовлетворительно</p>

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

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

**Индивидуальные задания:**

1. Ознакомиться с профессиональными обязанностями журналиста и сотрудников других направлений деятельности в медиаорганизациях;
2. Находить информационные поводы для публикаций, актуальные темы;

3. Овладеть основными методами сбора информации и её проверки;
4. Участвовать в подготовке публикаций в печатных изданиях или создании теле-, радиопередач в сотрудничестве с техническими службами;
5. Участвовать в продвижении медиапродукта на информационный рынок;
6. Представить отчет об участии в подготовке печатных публикаций или создании теле-, радиопередач, заверенный подписью руководителя от базы практики и печатью организации.

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

#### **Примерные вопросы к защите отчета:**

1. Охарактеризуйте медиаорганизацию, где Вы проходили практику.
2. Назовите целевую аудиторию Вашего СМИ (издания, портала, теле-, радиоканала и т.д.).
3. Дайте краткий обзор тем и проблем, освещаемых данным СМИ (изданием, порталом, теле-, радиоканалом и т.д.).

#### **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. Баканов, Р.П. Журналистика для начинающих : учебное пособие для вузов / Р.П. Баканов, М.В. Симкачева, Д.В. Туманов. - 3-е изд., перераб. и доп. - Москва : Аспект Пресс, 2016. -

254 с. : ил. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-7567-0840-0 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=457333>.

2. Колесниченко, А.В. Практическая журналистика: 15 мастер-классов : учебное пособие для вузов / А.В. Колесниченко. - Москва : Аспект Пресс, 2017. - 112 с. : ил. - Библиогр. в кн. - ISBN

978-5-7567-0822-6 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=457355> (

### **8.2. Дополнительная литература**

1. Бобров, А.А. Азы и тонкости журналистики: введение в профессию / А.А. Бобров. - Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2018. - 245 с. : ил. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-4475-9672-9 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=495380>.

2. Свитич, Л.Г. Введение в специальность: профессия журналист : учебное пособие / Л.Г. Свитич. - 3-е изд., испр. и доп. - Москва : Аспект Пресс, 2012. - 256 с. : ил. - ISBN 978-5-7567-0602-4 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=104065>.

### **8.3. Информационно-образовательные ресурсы в сети «Интернет»**

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

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

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

Перечень информационных технологий, используемых при проведении практики:

Перечень программного обеспечения и информационных справочных систем:

- ЭБС «Университетская библиотека онлайн»;
- ЭБС издательства «Лань»;
- ЭБС «Электронный читальный зал»;
- БД периодических изданий на платформе EastView: «Вестники Московского университета», «Издания по общественным и гуманитарным наукам»;
- Научная электронная библиотека;
- БД диссертаций Российской государственной библиотеки.

Также доступны следующие зарубежные научные ресурсы баз данных: – Web of Science;

- Scopus;
- Издательство «Taylor&Francis»;
- Издательство «Annual Reviews»;
- «Computers & Applied Sciences Complete» (CASC) компании «EBSCO»
- Архивы научных журналов на платформе НЭИКОН (Cambridge University Press, SAGE Publications, Oxford University Press);

- Информационная система «Единое окно доступа к образовательным ресурсам»

(<http://window.edu.ru>);

- справочно-правовая система Консультант Плюс; – справочно-правовая система Гарант.

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

Наименование специализированных аудиторий, кабинетов, лабораторий	Вид занятий	Наименование оборудования, программного обеспечения
1	2	3
<p>1. Учебная аудитория для проведения групповых и индивидуальных консультаций: Лаборатория компьютерной филологии № 412 (главный корпус)</p> <p>2. Учебная аудитория для текущего контроля и промежуточной аттестации: ауд. 213</p>	<p>групповые и индивидуальные консультации</p> <p>текущий контроль, промежуточная аттестация.</p>	<p><b>Аудитория № 412.</b> Учебная мебель, шкаф, доска, видеокамера Sony PXW-70 – 1 шт., системный блок USN Quad Core 3,2 GHz Gb / Hdd 500 Gb / H 81 / TX 450 W / мышь USB / LSD монитор 1,5" / Vin 10 Pro – 2 шт., персональный компьютер i7/H170/8Gb/HDD1Tb/SSD1120/DVDRW/ATX450W/2 – 1 шт.</p> <p><b>Аудитория № 213.</b> Учебная мебель, доска, учебно-наглядные пособия, трибуна, мультимедиа проектор Aser P7500. <b>Аудитория № 401.</b></p>

<p>(главный корпус), ауд. 401 (главный корпус);</p> <p>3. Помещения для самостоятельной работы: Читальный зал № 1 (главный корпус)</p>	<p>самостоятельная работа</p>	<p>Учебная мебель, учебно-наглядные пособия, доска; шкаф, мобильный переносной проектор PJD5226, экран на штативе 224*183</p> <p><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 ОБ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКЕ  
ПРОФЕССИОНАЛЬНО-ОЗНАКОМИТЕЛЬНАЯ ПРАКТИКА**

**СТУДЕНТА**

1-го курса группы ж/о

**ФИО в родительном падеже!**

---

Уровень высшего образования:

Направление подготовки

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)	ФИО
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;</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 сбору и обработке информации, созданию текстов на актуальные темы;</li> <li>– участие в производственных совещаниях;</li> <li>-выезд в командировку с целью сбора информации;</li> </ul>	

		- участие в производственных процессах по созданию печатного издания или теле-, радиопрограмм.	
3.	Заключительный этап.	Оформление отчетной документации.	

Руководитель практики от кафедры

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

Руководитель практики  
от профильной организации

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

#### 4. ИНДИВИДУАЛЬНОЕ ЗАДАНИЕ

1. Ознакомиться с профессиональными обязанностями журналиста и сотрудников других направлений деятельности в медиаорганизациях; получить представление о технологиях

медиапроизводства;

2. Находить информационные поводы для публикаций, актуальные темы;
3. Овладеть основными методами сбора информации и её проверки;
4. Участвовать в подготовке публикаций в печатных изданиях или создании теле,- радиопередач в сотрудничестве с техническими службами;
5. Участвовать в продвижении медиапродукта на информационный рынок;
6. Представить отчет об участии в подготовке печатных публикаций или создании теле,- радиопередач, заверенный подписью руководителя от базы практики и печатью организации.

Руководитель практики от кафедры

\_\_\_\_\_ /

\_\_\_\_\_ /  
подпись И.О.  
Фамилия

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

\_\_\_\_\_ подпись И.О. Фамилия

ОЗНАКОМЛЕН:

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

## 5. ИНСТРУКТАЖ ПО ОХРАНЕ ТРУДА

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

Инструкция о мерах пожарной безопасности в Башкирском государственном университете, утвержден приказом БашГУ от “\_\_\_” \_\_\_\_\_ 20\_\_ . №

Наименование и реквизиты локального нормативного акта, устанавливающий правила \_\_\_\_\_

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

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

студент \_\_\_\_\_ / Ф.И.О./

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

\_\_\_\_\_ / Ф.И.О./  
должность                      подпись

## 6. ДНЕВНИК РАБОТЫ СТУДЕНТА

Дата	Информация о проделанной работе
00.00.00 00 00.00	

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  
«\_\_\_» \_\_\_\_\_ 201 г.



## 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.