

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

**СОГЛАСОВАНО**

на заседании Учебно-методической  
комиссии факультета башкирской  
филологии, востоковедения и  
журналистики

Протокол № 7 от 21 февраля 2022 г.

**УТВЕРЖДАЮ**

Декан факультета башкирской филологии,  
востоковедения и журналистики



/ Абдуллина Г.Р.

21 февраля 2022 г.

**ПРАКТИЧЕСКАЯ ПОДГОТОВКА  
ПРОГРАММА ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ  
ПРЕДДИПЛОМНАЯ 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: 2022

Уфа – 2022 г.

Составитель: к.ф.н. доц. Р.Д.Мустафина

Программа производственной практики (профессионально-творческая практика) *утверждена* на заседании Ученого совета факультета башкирской филологии, востоковедения и журналистики, протокол от 21 февраля 2022 г. № 7.

Декан ФБФВи Ж



/ Абдуллина Г.Р.

## 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: преддипломная. Проводится в целях получения профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности.

### **1.2. Способы проведения практики:**

Способ проведения практики: выездная и стационарная.

### **1.3. Практика проводится дискретно по видам практики.**

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

### **1.4. Место проведения практики.**

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

### **1.5. Руководство практикой.**

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

### **1.6. Организация проведения практики.**

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

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

### **2.1. Основной целью преддипломной практики является:**

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

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

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

- завершающая работа над медиатекстами/медиапродуктами по подготовке ВКР.

### 2.3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате прохождения практики:

Формируемые компетенции (с указанием кода)	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения по практике
ПК-1 Способен к творческо-организационной деятельности по созданию новых продуктов телерадиовещательных СМИ	ИПК 1.1. Знает: методы сбора, обработки, проверки и анализа информации	Знать: методы сбора, обработки, проверки и анализа информации
	ИПК 1.2. Умеет: выбирать актуальные и проблемы для создания новых продуктов телерадиовещательных СМИ	Уметь: выбирать актуальные и проблемы для создания новых продуктов телерадиовещательных СМИ
	ИПК 1.3. Владеет: навыком создания новых продуктов телерадиовещательных СМИ с учетом их специфики	Владеть: 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	Знать: 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,	Уметь: 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

	определять степень ее достоверности, ориентироваться в новостном пространстве, информационном поле; прогнозировать (оценивать) успешность будущего продукта; анализировать социально значимые процессы и явления;	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	Владеть: 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 - 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	Знать: 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	Уметь: 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;	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;	Владеть: 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	Знать: 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)	Уметь: 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)
	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)	Владеть: 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)
ПК -5 Способен к организации финансирования создания нового	ИПК 5.1. Знает: новейшие теоретические и практические знания в	Знать: новейшие теоретические и практические знания в



продукта телерадиовещательных СМИ	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	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
	ИПК 5.2. Умеет: анализировать информацию и оценивать результат для выбора наилучшего решения; оценивать результаты своей деятельности; выступать перед аудиторией.	Уметь: анализировать информацию и оценивать результат для выбора наилучшего решения; оценивать результаты своей деятельности; выступать перед аудиторией.
	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	Владеть: 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
<b>ПК-6.</b> Способен к организации обеспечения производственного процесса создания нового продукта телерадиовещательных СМИ необходимыми ресурсами	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	Знать: 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
	ИПК 6.2. Умеет: определять необходимое для	Уметь: определять необходимое

	реализации проекта оборудование, программное обеспечение и трудозатраты; определять необходимый уровень квалификации членов рабочей группы; вести переписку, телефонные и личные переговоры.	для реализации проекта оборудование, программное обеспечение и трудозатраты; определять необходимый уровень квалификации членов рабочей группы; вести переписку, телефонные и личные переговоры.
	ИПК 6.3. Владеет: навыками определения квалификационных требований к членам рабочей группы продукта (в творческой и технической части); организации подбора кадров для создания продукта; организации обеспечения продукта необходимыми материально-техническими ресурсами в рамках бюджета; подготовки к заключению договоров (контрактов)	Владеть: 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)
ПК-7 - Способен к организации деятельности рабочей группы продукта телерадиовещательных СМИ	ИПК 7.1. Знает: специфику профессиональной деятельности всех участников проекта (от сценариста до бухгалтера); методы эффективного менеджмента; основы бухгалтерского учета	Знать: специфику профессиональной деятельности всех участников проекта (от сценариста до бухгалтера); методы эффективного менеджмента; основы бухгалтерского учета
	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	Уметь: объединять и направлять творческо- производственную деятельность сотрудников в целом; разрешать конфликтные ситуации; читать и составлять финансовые отчеты; эффективно использовать рабочее время, определять приоритетные задачи
	ИПК 7.3. Владеет: навыками организации творческого и производственного процессов, рациональной расстановки кадров; координации деятельности основного и	Владеть: навыками организации творческого и производственного процессов, рациональной расстановки кадров; координации деятельности основного и

	<p>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>	<p>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>
<p><b>ПК-8</b> - Способен к организации продвижения готовых продуктов и продуктов на этапе создания</p>	<p>ИПК 8.1. Знает: законодательство Российской Федерации о рекламе; методы проведения рекламных кампаний, включая сетевые возможности продвижения контента; передовой отечественный и зарубежный опыт производства и продвижения продукции телерадиовещания; технологии медиапроизводства, программное обеспечение и аппаратные средства мультимедиа, основы компьютерной графики и</p>	<p>Знать: 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</p>

	анимации, компьютерные музыкальные технологии и звуковой дизайн мультимедиапрограмм; технические средства телерадиовещания	аппаратные средства мультимедиа, основы компьютерной графики и анимации, компьютерные музыкальные технологии и звуковой дизайн мультимедиапрограмм; технические средства телерадиовещания
	ИПК 8.2. Умеет: определять рекламную стратегию для продвижения конечного продукта; ставить цели и определять пути их достижения; формировать имидж продукта; использовать производственно-технические возможности компьютерных технологий; определять необходимость оперативного влияния на ситуацию; оперативно реагировать на изменяющуюся ситуацию в интересах организации.	Уметь: определять рекламную стратегию для продвижения конечного продукта; ставить цели и определять пути их достижения; формировать имидж продукта; использовать производственно-технические возможности компьютерных технологий; определять необходимость оперативного влияния на ситуацию; оперативно реагировать на изменяющуюся ситуацию в интересах организации.
	ИПК 8.3. Владеет: 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	Владеть: 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
ПК-9 - Способен к управлению созданием и выпуском в эфир продуктов телерадиовещательных	ИПК 9.1. Знает: современные технические средства и технологии для создания	Знать: современные технические средства и технологии для создания

СМИ	медийных продуктов; передовой отечественный и зарубежный опыт; методы и инструменты эффективного менеджмента; экспертный анализ и методы оценки рисков; основы бюджетирования	медийных продуктов; передовой отечественный и зарубежный опыт; методы и инструменты эффективного менеджмента; экспертный анализ и методы оценки рисков; основы бюджетирования
	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)	Уметь: 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)
	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)	Владеть 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)
<b>ПК – 10</b> - Способен к руководству структурным подразделением для выпуска в эфир продуктов телерадиовещательных СМИ	ИПК 10.1. Знает: основные положения организации труда; трудовое законодательство	Знать: основные положения организации труда; трудовое

	<p>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>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>Уметь: 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; 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</p>	<p>Владеть: 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;</p>

	<p>изменения сетки вещания, 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>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;</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>ИПК 11.1. Знает:</p> <p>конъюнктуру рынка медиапродуктов; особенности целевой аудитории, ее социальные и психологические характеристики</p>	<p>Знать:</p> <p>конъюнктуру рынка медиапродуктов; 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>Уметь:</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>Владеть:</p> <p>навыками определения необходимости исследования спроса на продукты/проекты;</p> <p>анализа результатов мониторинга рейтингов телерадиовещательных</p>

	оценки эффективности и актуальности продукта/проекта; формирования предложения о приобретении или создании нового продукта, отвечающего концепции телерадиовещательного СМИ, по оперативному изменению программы передач	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
<b>ПК-12</b> - Способен к организации работы по созданию/покупке продуктов телерадиовещательных СМИ, контроль их соответствия тематической направленности и соблюдения сроков сдачи	ИПК 12.1. Знает: историю России, новейшую историю и основы международной политики; цели и задачи планируемого продукта телерадиовещательных СМИ; социальные и психологические характеристики целевой аудитории; мировые тенденции развития сферы СМИ (содержательные и технологические); методы производства мультимедийных продуктов, основные сведения о телекоммуникационных системах, применяемых для теле- и радиовещания; инновационный опыт в сфере СМИ	Знать: историю России, новейшую историю и основы международной политики; цели и задачи планируемого продукта телерадиовещательных СМИ; социальные и психологические характеристики целевой аудитории; мировые тенденции развития сферы СМИ (содержательные и технологические); методы производства мультимедийных продуктов, основные сведения о телекоммуникационных системах, применяемых для теле- и радиовещания; инновационный опыт в сфере СМИ
	ИПК 12.2. Умеет: выявлять потребность общества в информации по определенной проблематике; сочетать в концепции программ социальный заказ с собственными творческими идеями; моделировать структуру новых продуктов; регулировать творческие разногласия в коллективе	Уметь: выявлять потребность общества в информации по определенной проблематике; сочетать в концепции программ социальный заказ с собственными творческими идеями; моделировать структуру новых продуктов; регулировать творческие разногласия в коллективе
	ИПК 12.3. Владеет: навыками формирования востребованного круга тем и проблем для освещения в СМИ определения стратегических	Владеть : навыками формирования востребованного круга тем и проблем для освещения в СМИ определения



	<p>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>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>Знать: 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>Уметь: 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-</p>

		аналитические материалы, справки о деятельности организации; создавать положительный имидж организации
	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	Владеть: 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

### 3. Место практики в структуре образовательной программы

Б2.В.02.01(Пд) Преддипломная практика входит в часть, формируемую участниками образовательных отношений образовательной программы по направлению подготовки 42.03.02 Журналистика, профилю подготовки «Производство продукции телерадиовещательных средств массовой информации»

Практика проводится в соответствии с календарным учебным графиком в 8 семестре и ориентирована на закрепление изученных и осваиваемых дисциплин (модулей).

### 4. Объем практики

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

Для дневной и заочной форм обучения общая трудоемкость составляет 6 зачетных единиц (216 академических часов). В том числе: в форме контактной работы 2 часа, в форме самостоятельной работы 214 часов. для очной формы обучения, для заочной: самостоятельная работа - 211 часов, ФКР -1 ч., контроль -4 часа.

### 5. Содержание практики

	Разделы (этапы) практики	Виды и содержание работ, в т.ч. самостоятельная работа обучающегося	Форма текущего контроля и промежуточная аттестация
.	Подготовительный этап.	Проведение инструктажа по технике и пожарной безопасности. Составление краткого плана практики; уточнение требований к выпускной квалификационной работе.	Работа с руководителем практики – научным руководителем выпускной квалификационной работы

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

## 6. Форма отчетности по практике

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

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

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

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

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

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

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

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

7.1 Перечень компетенций и индикаторов достижения компетенций с указанием соотнесенных с ними запланированных результатов обучения по практике. Описание критериев и шкал оценивания результатов обучения по практике

Код и формулировка компетенции ПК-1 Способен к творческо-организационной деятельности по созданию новых продуктов телерадиовещательных СМИ

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения по практике	Критерии оценивания	Шкала оценивания
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	Знать: методы сбора, обработки, проверки и анализа информации Уметь: выбирать актуальные темы и проблемы для создания новых продуктов телерадиовещательных СМИ Владеть: 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 методы 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 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	
--	---	--

Код и формулировка компетенции - ПК-2Способен к определению формата, тематики и оценке материала для нового продукта телерадиовещательных СМИ

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения по практике	Критерии оценивания	Шкала оценивания
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	. Знать: 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  Уметь: находить информацию,	Демонстрирует безупречные знания современных информационно-коммуникационных технологий; информационную специализацию СМИ; конъюнктуру медийного рынка, мировые тенденции в медиаиндустрии; корпоративные требования к продуктам телерадиовещательных СМИ; историю России, новейшую историю и основы международной политики; законодательство Российской Федерации и иные нормативные правовые акты, методические и нормативные документы, регламентирующие деятельность средств массовой информации	Отлично
		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>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 оценки актуальности нового продукта, его художественной ценности и востребованности; определения целевой аудитории нового продукта согласования тематики нового продукта с руководством канала</p>	<p>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>Владеть:</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 оценки актуальности нового продукта, его художественной ценности и востребованности; определения целевой аудитории нового</p>	<p>Сформированные навыки поиска идеи/материала для нового продукта по результатам анализа российских и зарубежных источников информации; определения темы и основного содержания нового продукта и новостного блока; оценки оригинальности идеи нового продукта оценки актуальности нового продукта, его художественной ценности и востребованности; определения целевой аудитории нового продукта согласования тематики нового продукта с руководством канал</p> <p>Сформированные, имеющие незначительные пробелы в знании современных информационно-коммуникационных технологий; информационную специализацию СМИ; конъюнктуру медийного рынка, мировые тенденции в медиаиндустрии; корпоративные требования к продуктам телерадиовещательных СМИ; историю России, новейшую историю и основы международной политики; законодательство Российской Федерации и иные нормативные правовые акты, методические и нормативные документы, регламентирующие деятельность средств массовой информации</p> <p>Сформированные, имеющие незначительные пробелы в умении 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)</p>	<p>Хорошо</p>
---	---	--	---------------

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

		<p>пространстве, информационном поле;  прогнозировать (оценивать)  успешность будущего продукта;  анализировать социально значимые  процессы и явления;</p>
		<p>Сформированные, но имеющие  значительные пробелы во владении  навыками поиска идеи/материала для  нового продукта по результатам  анализа российских и зарубежных  источников информации;  определения темы и основного  содержания нового продукта и  новостного блока;  оценки оригинальности идеи нового  продукта  оценки актуальности нового продукта,  его художественной ценности и  востребованности;  определения целевой аудитории  нового продукта  согласования тематики нового  продукта с руководством канала</p>
	неудовлетворительн о	<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</p>



		<p>пространстве, информационном поле;  прогнозировать (оценивать)  успешность будущего продукта;  анализировать социально значимые  процессы и явления;</p> <p>Отсутствие владений навыками поиска  идеи/материала для нового продукта  по результатам анализа российских и  зарубежных источников информации;  определения темы и основного  содержания нового продукта и  новостного блока;  оценки оригинальности идеи нового  продукта  оценки актуальности нового продукта,  его художественной ценности и  востребованности;  определения целевой аудитории  нового продукта  согласования тематики нового  продукта с руководством канал</p>
--	--	---

Код и формулировка компетенции ПК-3 Способен к подготовке создания сценарного материала нового продукта

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения по практике	Критерии оценивания	Шкала оценивания
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;	Знать: законодательство Российской Федерации и иные нормативные правовые акты, методические и нормативные документы, регламентирующие деятельность средств массовой информации; историю России, новейшую историю и основы	Сформированные знания Законодательства Российской Федерации и иных нормативных правовых актов, методических и нормативных документов, регламентирующих деятельность средств массовой информации; историю России, новейшую историю и основы международной политики; грамматику, стилистику, фонетику русского языка; принципы создания и редактирования текстов	отлично

<p>грамматику, стилистику, фонетику русского языка; 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; 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:</p> <p>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>международной политики; грамматику, стилистику, фонетику русского языка; принципы создания и редактирования текстов</p> <p>Уметь:</p> <p>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>Владеть:</p> <p>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</p>	<p>Сформированные умения</p> <p>изучать и анализировать отечественные и зарубежные источники информации по тематике создаваемых продуктов; определять актуальные и интересные темы для потребителей продуктов телерадиовещательных СМИ; использовать особенности литературного, делового, научного стилей в письменной речи; подбирать темы для материалов, планировать освещение событий, находить экспертов и комментаторов; принимать оперативные обоснованные решения;</p> <p>Сформированные владения</p> <p>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 подработке и внесению необходимых изменений;</p>
---	--	--

	<p>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>	<div></div> <div>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</div> <div>Сформированные, имеющие незначительные пробелы в умении изучать и анализировать отечественные и зарубежные источники информации по тематике создаваемых продуктов; определять актуальные и интересные темы для потребителей продуктов телерадиовещательных СМИ; использовать особенности литературного, делового, научного стилей в письменной речи; подбирать темы для материалов, планировать освещение событий, находить экспертов и комментаторов; принимать оперативные обоснованные решения;</div> <div>Сформированные, имеющие незначительные пробелы во владении навыками инициирования творческих идей для создания нового продукта;</div>	Хорошо
--	---	--	--------

	<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 подработке и внесению необходимых изменений;</p>	
	<p>Сформированные, имеющие значительные пробелы в знании Законодательства Российской Федерации и иных нормативных правовых актов, методических и нормативных документов, регламентирующих деятельность средств массовой информации;</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>	Удовлетворительно
	<p>Сформированные, имеющие значительные пробелы в умении 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, имеющие значительные пробелы во владении навыками инициирования творческих идей для создания</p>	

		<p>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 подработке 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;  использовать особенности  литературного, делового, научного  стилей в письменной речи;  подбирать темы для материалов,  планировать освещение событий,  находить экспертов и  комментаторов;  принимать оперативные  обоснованные решения;</p>	
		<p>Отсутствие владений  навыками инициирования  творческих идей для создания  нового продукта;  формирования требований к</p>	

		<p>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 подработке и внесению необходимых изменений;</p>	
--	--	--	--

Код и формулировка компетенции - ПК-4 - Способен к планированию создания нового продукта телерадиовещательных СМИ

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения по практике	Критерии оценивания	Шкала оценивания
<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</p>	<p>Знать 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>Уметь: определять постановочную сложность, стоимость и источники ресурсного обеспечения создания и реализации нового продукта; использовать методы эффективного менеджмента для создания производственного графика и применения технологий;</p>	<p>Демонстрирует исчерпывающие знания современных технических средств и технологии для создания медийных продуктов;</p> <p>передовых отечественных и зарубежных опыта;</p> <p>методах и инструментах эффективного менеджмента;</p> <p>экспертных анализах методах оценки рисков;</p> <p>основах бюджетирования</p>	отлично
		<p>Демонстрирует сформированное умение 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>Успешно владеет 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</p>	

<p>применения технологий; использовать необходимое программное обеспечение; формировать бюджет (сметную документацию) ИПК 4.3. Владеет: навыками определения производственной мощности, необходимой для создания продукта, включая оборудование; определения потребности в кадровых ресурсах для создания продукта; выбора оптимального плана подготовки и реализации продукта; разработки производственного графика создания продукта; оценки творческой и технической составляющей для оптимизации расходов создания и реализации нового продукта оценки возможных рисков при создании продукта; расчета финансовых средств, необходимых для создания нового продукта; выявления необходимости привлечения дополнительного финансирования (инвестиций)</p>	<p>использовать необходимое программное обеспечение; формировать бюджет (сметную документацию) Владеть: 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>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>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>	хорошо
		<p>Может 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>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>	

		бессистемные знания современных технических средств и технологии для создания медийных продуктов; передовых отечественных и зарубежных опыта; методах и инструментах эффективного менеджмента; экспертных анализах и методах оценки рисков; основах бюджетирования	удовлетворительно
		Слабое умение 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)	
		Показывает слабые навыки 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)	
		Не 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	неудовлетворительно
		Не умеет определять постановочную сложность, стоимость и источники ресурсного обеспечения создания и	



		<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>Не 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 и формулировка компетенции - ПК-5 - Способен к организации финансирования создания нового продукта телерадиовещательных СМИ

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения по практике	Критерии оценивания	Шкала оценивания
<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:</p>	<p>Знать 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>Уметь: анализировать информацию и</p>	<p>Демонстрирует исчерпывающие знания о новейших теоретических и практических знаниях в области медиапроизводства; основах драматургии, режиссуры и монтажа; методах эффективного убеждения; основных сведениях о телекоммуникационных системах, применяемых для телевизионного и радиовещания; грамматике и стилистике русского языка</p>	отлично
		<p>Демонстрирует сформированное умение анализировать информацию и оценивать результат для выбора наилучшего решения; оценивать результаты своей деятельности; выступать перед аудиторией.</p>	

<p>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>оценивать результат для выбора наилучшего решения; оценивать результаты своей деятельности; выступать перед аудиторией.</p> <p>Владеть : 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>Успешно 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>Знает 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>	хорошо
		<p>Может анализировать информацию и оценивать результат для выбора наилучшего решения;</p> <p>оценивать результаты своей деятельности;</p> <p>выступать перед аудиторией.</p>	
		<p>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>бессистемные знания о о принципах творческо-постановочного и технологического процессов подготовки и создания медиапрограмм;</p> <p>основных положениях 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>правилах по охране труда, производственной санитарии и пожарной безопасности.</p>	удовлетворительно
		<p>Слабое умение анализировать информацию и оценивать результат для выбора наилучшего решения;</p>	

		оценивать результаты своей деятельности; выступать перед аудиторией.	неудовлетворительно
		Показывает слабые навыки 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	
		Не 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.	
		Не умеет анализировать информацию и оценивать результат для выбора наилучшего решения; оценивать результаты своей деятельности; выступать перед аудиторией.	
		Не 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	

Код и формулировка компетенции - ПК-6 - Способен к организации обеспечения производственного процесса создания нового продукта телерадиовещательных СМИ необходимыми ресурсами

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения по практике	Критерии оценивания	Шкала оценивания
ИПК 6.1. Знает: принципы творческо-постановочного и технологического процессов подготовки и создания медиапрограмм;	Знать принципы творческо-постановочного и технологического процессов подготовки и создания медиапрограмм;	Демонстрирует исчерпывающие знания о принципах творческо-постановочного и технологического процессов подготовки и создания медиапрограмм; основных положениях законодательства Российской Федерации в области размещения	отлично

<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: 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>	<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>Уметь: 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>Владеть : 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>заказов на поставки товаров, выполнение работ, оказание услуг для государственных и муниципальных нужд;</p> <p>трудовое законодательство Российской Федерации;</p> <p>правилах по охране труда, производственной санитарии и пожарной безопасности.</p> <p>Демонстрирует сформированное умение 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>Успешно владеет навыками определения квалификационных требований к членам рабочей группы продукта (в творческой и технической части); организации подбора кадров для создания продукта; организации обеспечения продукта необходимыми материально-техническими ресурсами в рамках бюджета; подготовки к заключению договоров (контрактов)</p> <p>Знает 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>Может 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>Владеет навыками определения квалификационных требований к членам рабочей группы продукта (в творческой и технической части); организации подбора кадров для создания продукта;</p>	<p></p> <p>хорошо</p>
--	--	---	-----------------------

		<p>организации обеспечения продукта необходимыми материально-техническими ресурсами в рамках бюджета;</p> <p>подготовки к заключению договоров (контрактов)</p>	
		<p>бессистемные знания о о принципах творческо-постановочного и технологического процессов подготовки и создания медиапрограмм;</p> <p>основных положениях 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>правилах по охране труда, производственной санитарии и пожарной безопасности.</p>	удовлетворительно
		<p>Слабое умение 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>Показывает слабые навыки 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>Не знает 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>	неудовлетворительно
		<p>Не умеет определять необходимое для реализации проекта оборудование, программное обеспечение и трудозатраты;</p>	

		определять необходимый уровень квалификации членов рабочей группы; вести переписку, телефонные и личные переговоры.
		Не 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)

Код и формулировка компетенции - ПК-7 - Способен к организации деятельности рабочей группы продукта

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения по практике	Критерии оценивания	Шкала оценивания
ИПК 7.1. Знает: специфику профессиональной деятельности всех участников проекта (от сценариста до бухгалтера); методы эффективного менеджмента; основы бухгалтерского учета 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 ИПК 7.3. Владеет: навыками организации творческого и производственного процессов, рациональной расстановки кадров; координации	Знать специфику профессиональной деятельности всех участников проекта (от сценариста до бухгалтера); методы эффективного менеджмента; основы бухгалтерского учета Уметь объединять и направлять творческо-производственную деятельность сотрудников в целом; разрешать конфликтные ситуации; читать и составлять финансовые отчеты; эффективно использовать рабочее время, определять приоритетные задачи  Владеть : навыками организации творческого и производственного процессов, рациональной расстановки кадров; координации деятельности основного и	Демонстрирует исчерпывающие знания о специфике профессиональной деятельности всех участников проекта (от сценариста до бухгалтера); методах эффективного менеджмента; основах бухгалтерского учета	отлично
		Демонстрирует сформированное умение объединять и направлять творческо-производственную деятельность сотрудников в целом; разрешать конфликтные ситуации; читать и составлять финансовые отчеты; эффективно использовать рабочее время, определять приоритетные задачи	
		Успешно 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	

<p>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>	<p>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>	<p>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> <p>Знает специфику профессиональной деятельности всех участников проекта (от сценариста до бухгалтера); методы эффективного менеджмента; основы бухгалтерского учета</p> <p>Может 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>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> <p>бессистемные знания о о специфике профессиональной деятельности всех участников проекта (от сценариста до бухгалтера); методах эффективного менеджмента; основах бухгалтерского учета</p> <p>Слабое умение объединять и направлять творческо-производственную деятельность сотрудников в целом; разрешать конфликтные ситуации; читать и составлять финансовые отчеты;</p>	<p>хорошо</p> <p>удовлетворительно</p>
--	---	---	--

	<p>эффективно использовать рабочее время, определять приоритетные задачи</p> <p>Показывает слабые навыки 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>	
	<p>Не знает специфику профессиональной деятельности всех участников проекта (от сценариста до бухгалтера); методы эффективного менеджмента; основы бухгалтерского учета</p> <p>Не 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>Не 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</p>	<p>неудовлетворительно</p>



		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	
--	--	--	--

Код и формулировка компетенции - ПК-8 - Способен к организации продвижения готовых продуктов и продуктов на этапе создания

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения по практике	Критерии оценивания	Шкала оценивания
ИПК 8.1. Знает: законодательство Российской Федерации о рекламе; методы проведения рекламных кампаний, включая сетевые возможности продвижения контента; передовой отечественный и зарубежный опыт производства и продвижения продукции телерадиовещания; технологии медиапроизводства, программное обеспечение и аппаратные средства мультимедиа, основы компьютерной графики и анимации, компьютерные музыкальные технологии и звуковой дизайн мультимедиапрограмм; технические средства телерадиовещания ИПК 8.2. Умеет: определять рекламную стратегию для продвижения конечного продукта; ставить цели и определять пути их достижения;	Знать 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 Уметь определять рекламную стратегию для продвижения конечного продукта; ставить цели и определять пути их достижения; формировать имидж продукта; использовать	Демонстрирует исчерпывающие знания о законодательстве Российской Федерации о рекламе; методах проведения рекламных кампаний, включая сетевые возможности продвижения контента; передовом отечественном и зарубежном опыте производства и продвижения продукции телерадиовещания; технологиях медиапроизводства, программном обеспечении и аппаратных средствах мультимедиа, основах компьютерной графики и анимации, компьютерных музыкальных технологиях и звуковом дизайне мультимедиапрограммах; технических средствах телерадиовещания	отлично
		Демонстрирует сформированное умение 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.	
		Успешно владеет навыками определять рекламную стратегию для продвижения конечного продукта; ставить цели и определять пути их достижения; формировать имидж продукта; использовать производственно-технические возможности компьютерных технологий;	

<p>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>производственно-технические возможности компьютерных технологий; определять необходимость оперативного влияния на ситуацию; оперативно реагировать на изменяющуюся ситуацию в интересах организации.</p> <p>Владеть : 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>определять необходимость оперативного влияния на ситуацию; оперативно реагировать на изменяющуюся ситуацию в интересах организации.</p> <p>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>Может 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>Владеет навыками 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>бессистемные знания о законодательстве Российской Федерации о рекламе; методах проведения рекламных кампаний, включая сетевые возможности продвижения контента; передовом отечественном и зарубежном опыте производства и продвижения продукции телерадиовещания; технологиях медиапроизводства, программном обеспечении и</p>	<p>хорошо</p> <p>удовлетворительно</p>
---	---	--	--

	<p>аппаратных средствах мультимедиа, основах компьютерной графики и анимации, компьютерных музыкальных технологиях и звуковом дизайне мультимедиапрограммах; технических средствах телерадиовещания</p>	
	<p>Слабое умение 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>Показывает слабые навыки 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>Не знает о законодательстве Российской Федерации о рекламе;          методах проведения рекламных кампаний, включая сетевые возможности продвижения контента;          передовом отечественном и зарубежном опыте производства и продвижения продукции телерадиовещания;          технологиях медиапроизводства, программном обеспечении и аппаратных средствах мультимедиа, основах компьютерной графики и анимации, компьютерных музыкальных технологиях и звуковом дизайне мультимедиапрограммах;          технических средствах телерадиовещания</p>	неудовлетворительно
	<p>Не умеет определять рекламную стратегию для продвижения конечного продукта;          ставить цели и определять пути их достижения;          формировать имидж продукта;          использовать производственно-технические возможности</p>	

		компьютерных технологий; определять необходимость оперативного влияния на ситуацию; оперативно реагировать на изменяющуюся ситуацию в интересах организации.
		Не владеет навыками 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.

Код и формулировка компетенции - ПК-9 - Способен к управлению созданием и выпуском в эфир продуктов телерадиовещательных СМИ

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения по практике	Критерии оценивания	Шкала оценивания
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 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	<b>знать:</b> 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 <b>уметь:</b> Определять постановочную сложность, стоимость и источники ресурсного обеспечения создания и реализации нового продукта; Использовать методы эффективного	Сформированные знания о современных технических средствах и технологии для создания медийных продуктов; передовом отечественном и зарубежном опыте; методах и инструментах эффективного менеджмента; экспертном анализе и методах оценки рисков; основах бюджетирования	отлично
		Сформированные умения определять постановочную сложность, стоимость и источники ресурсного обеспечения создания и реализации нового продукта; Использовать методы эффективного менеджмента для создания производственного графика и применения технологий; Использовать необходимое программное обеспечение; Формировать бюджет (сметную документацию)	
		Сформированные владения навыками определения производственной мощности, необходимой для создания продукта, включая	

<p>технологий; Использовать необходимое программное обеспечение; Формировать бюджет (сметную документацию) ИПК 9.3. Владеет: навыками определения производственной мощности, необходимой для создания продукта, включая оборудование; определения потребности в кадровых ресурсах для создания продукта; выбора оптимального плана подготовки и реализации продукта; разработки производственного графика создания продукта; оценки творческой и технической составляющей для оптимизации расходов создания и реализации нового продукта; оценки возможных рисков при создании продукта; расчета финансовых средств, необходимых для создания нового продукта; выявление необходимости привлечения дополнительного финансирования (инвестиций)</p>	<p>менеджмента для создания производственного графика и применения технологий; Использовать необходимое программное обеспечение; Формировать бюджет (сметную документацию) <b>владеть:</b> навыками определения производственной мощности, необходимой для создания продукта, включая оборудование; определения потребности в кадровых ресурсах для создания продукта; выбора оптимального плана подготовки и реализации продукта; разработки производственного графика создания продукта; оценки творческой и технической составляющей для оптимизации расходов создания и реализации нового продукта; оценки возможных рисков при создании продукта; расчета финансовых средств, необходимых для создания нового продукта; выявление необходимости привлечения дополнительного финансирования (инвестиций)</p>	<p>оборудование; определения потребности в кадровых ресурсах для создания продукта; выбора оптимального плана подготовки и реализации продукта; разработки производственного графика создания продукта; оценки творческой и технической составляющей для оптимизации расходов создания и реализации нового продукта; оценки возможных рисков при создании продукта; расчета финансовых средств, необходимых для создания нового продукта; выявление необходимости привлечения дополнительного финансирования (инвестиций)</p>	<p>Сформированные, имеющие незначительные пробелы в знании</p>
			хорошо

		<p>современных технических средствах и технологии для создания медийных продуктов;</p> <p>передовом отечественном и зарубежном опыте;</p> <p>методах и инструментах эффективного менеджмента;</p> <p>экспертном анализе и методах оценки рисков;</p> <p>основах бюджетирования</p>	
		<p>Сформированные, имеющие незначительные пробелы в умения определять постановочную сложность, стоимость и источники ресурсного обеспечения создания и реализации нового продукта;</p> <p>Использовать методы эффективного менеджмента для создания производственного графика и применения технологий;</p> <p>Использовать необходимое программное обеспечение;</p> <p>Формировать бюджет (сметную документацию)</p>	
		<p>Сформированные, имеющие незначительные пробелы в 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>выявление необходимости привлечения дополнительного финансирования (инвестиций)</p>	
		<p>Сформированные, но имеющие значительные пробелы в знании современных технических средствах и технологии для создания медийных продуктов;</p>	удовлетворительно

		<p>передовом отечественном и зарубежном опыте;  методах и инструментах эффективного менеджмента;  экспертном анализе и методах оценки рисков;  основах бюджетирования</p>	
		<p>Сформированные, но имеющие значительные пробелы в умении определять постановочную сложность, стоимость и источники ресурсного обеспечения создания и реализации нового продукта;  Использовать методы эффективного менеджмента для создания производственного графика и применения технологий;  Использовать необходимое программное обеспечение;  Формировать бюджет (сметную документацию)</p>	
		<p>Сформированные, но имеющие значительные пробелы во владении навыками определения производственной мощности, необходимой для создания продукта, включая оборудование;  определения потребности в кадровых ресурсах для создания продукта;  выбора оптимального плана подготовки и реализации продукта;  разработки производственного графика создания продукта;  оценки творческой и технической составляющей для оптимизации расходов создания и реализации нового продукта;  оценки возможных рисков при создании продукта;  расчета финансовых средств, необходимых для создания нового продукта;  выявление необходимости привлечения дополнительного финансирования (инвестиций)</p>	
		<p>отсутствие знаний современных технических средствах и технологии для создания медийных продуктов;  передовом отечественном и зарубежном опыте;  методах и инструментах эффективного менеджмента;</p>	<p>неудовлетворительн о</p>

		экспертном анализе и методах оценки рисков; основах 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; 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)	

Код и формулировка компетенции - ПК-10 Способен к руководству структурным подразделением для выпуска в эфир продуктов телерадиовещательных СМИ

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения по практике	Критерии оценивания	Шкала оценивания
ИПК 10.1. Знает: основные положения организации труда; трудовое законодательство Российской Федерации (основные положения);	<b>знать:</b> основные положения организации труда; трудовое законодательство Российской Федерации	Сформированные знания об основных положениях организации труда; трудовом законодательстве Российской Федерации (основные положения);	отлично



<p>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 ИПК 10.2. Умеет:</p> <p>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:</p> <p>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</p>	<p>(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><b>уметь:</b></p> <p>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><b>владеть:</b></p> <p>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</p>	<p>законодательстве Российской Федерации о средствах массовой информации, рекламе и авторском праве; теории и практике управленческого менеджмента; основных принципах эксплуатации и обслуживания эфирного и производственного оборудования; правилах по охране труда, пожарной безопасности.</p> <p>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.</p> <p>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</p>	
--	--	--	--

<p>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</p>	<p>новостных 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</p>	<p>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</p>	
		<p>Сформированные, имеющие незначительные пробелы в знании об основных положениях организации труда; трудовом законодательстве Российской Федерации (основные положения); законодательстве Российской Федерации о средствах массовой информации, рекламе и авторском праве; теории и практике управленческого менеджмента; основных принципах эксплуатации и обслуживания эфирного и производственного оборудования; правилах по охране труда, пожарной безопасности.</p>	<p>хорошо</p>

Сформированные, имеющие незначительные пробелы в 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, имеющие незначительные пробелы в 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

		<p>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>	
		<p>Сформированные, но имеющие значительные пробелы в знании об основных положениях организации труда;</p> <p>трудовом законодательстве Российской Федерации (основные положения);</p> <p>законодательстве Российской Федерации о средствах массовой информации, рекламе и авторском праве;</p> <p>теории и практике управленческого менеджмента;</p> <p>основных принципах эксплуатации и обслуживания эфирного и производственного оборудования;</p> <p>правилах по охране труда, пожарной безопасности.</p>	удовлетворительно
		<p>Сформированные, но имеющие значительные пробелы в умении использовать приемы эффективного менеджмента;</p> <p>оценивать эффективность трудовой деятельности работников;</p> <p>проводить собеседования с кандидатами на замещение вакантных должностей;</p> <p>использовать в работе необходимые программные продукты;</p> <p>определять приоритеты текущих и общих дел.</p>	
		<p>Сформированные, но имеющие значительные пробелы во владении</p> <p>Навыками организации, координации и контроля</p>	

	<p>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</p>	
	<p>отсутствие знаний об основных положениях организации труда; трудовом законодательстве Российской Федерации (основные положения); законодательстве Российской Федерации о средствах массовой информации, рекламе и авторском праве;</p>	<p>неудовлетворительн о</p>

		<p>теории и практике управленческого менеджмента;</p> <p>основных принципах эксплуатации и обслуживания эфирного и производственного оборудования;</p> <p>правилах по охране труда, пожарной безопасности.</p>	
		<p>отсутствие умений использовать приемы эффективного менеджмента;</p> <p>оценивать эффективность трудовой деятельности работников;</p> <p>проводить собеседования с кандидатами на замещение вакантных должностей;</p> <p>использовать в работе необходимые программные продукты;</p> <p>определять приоритеты текущих и общих дел.</p>	
		<p>отсутствие владений</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</p>	

		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	
--	--	---	--

Код и формулировка компетенции - ПК-11 - Способен к оценке рейтинговых позиций существующих продуктов и планирование будущих проектов

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения по практике	Критерии оценивания	Шкала оценивания
ИПК 11.1. Знает: конъюнктуру рынка медиапродуктов; особенности целевой аудитории, ее социальные и психологические характеристики ИПК 11.2. Умеет: выбирать наиболее эффективные методы, способы и средства получения информации; анализировать данные зрительского поведения и конкурентного окружения, следить за новыми тенденциями на рынке; определять сильные и слабые стороны конкурентов; использовать данные социологических исследований по изучению спроса на продукты телерадиовещательных СМИ; работать с большим	<b>знать:</b> конъюнктуру рынка медиапродуктов; особенности целевой аудитории, ее социальные и психологические характеристики <b>Уметь:</b> 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 телерадиовещательны х СМИ;	Сформированные знания о конъюнктуре рынка медиапродуктов; особенностях целевой аудитории, ее социальных и психологических характеристиках	отлично
		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;	

<p>объемом информации; обосновывать и принимать стратегические решения ИПК 11.3. Владеет: навыками определения необходимости исследования спроса на продукты/проекты; анализа результатов мониторинга рейтингов телерадиовещательных средств массовой информации; оценки эффективности и актуальности продукта/проекта; формирования предложения о приобретении или создании нового продукта, отвечающего концепции телерадиовещательного СМИ, по оперативному изменению программы передач</p>	<p>работать с большим объемом информации; обосновывать и принимать стратегические решения <b>владеть:</b> навыками определения необходимости исследования спроса на продукты/проекты; анализа результатов мониторинга рейтингов телерадиовещательны х 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>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>Сформированные, имеющие незначительные пробелы в знании о конъюнктуре рынка медиапродуктов; особенностях целевой аудитории, ее социальных и психологических характеристиках</p>	хорошо
		<p>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</p>	



	<p>телерадиовещательных СМИ;          работать с большим объемом информации;          обосновывать и принимать стратегические решения</p>	
	<p>Сформированные, имеющие незначительные пробелы в 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</p>	
	<p>Сформированные, но имеющие значительные пробелы в знании о конъюнктуре рынка медиапродуктов;          особенностях целевой аудитории, ее социальных и психологических характеристиках</p>	удовлетворительно
	<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>	
	<p>Сформированные, но имеющие навыки определения необходимости исследования спроса на продукты/проекты;          анализа результатов мониторинга рейтингов телерадиовещательных средств массовой информации;          оценки эффективности и</p>	

		актуальности продукта/проекта; формирования предложения о приобретении или создании нового продукта, отвечающего концепции телерадиовещательного СМИ, по оперативному изменению программы передач	неудовлетворительн о
		отсутствие знаний о конъюнктуре рынка медиапродуктов; особенностях целевой аудитории, ее социальных и психологических характеристиках	
		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; работать с большим объемом информации; обосновывать и принимать стратегические решения	
		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 СМИ, по оперативному изменению программы передач	

Код и формулировка компетенции – ПК – 12 Способен к организации работы по созданию/покупке продуктов телерадиовещательных СМИ, контроль их соответствия тематической направленности и соблюдения сроков сдачи

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения по практике	Критерии оценивания	Шкала оценивания
<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</p>	<p><b>знать:</b> 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><b>уметь:</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>владеть:</b> навыками формирования востребованного круга тем и проблем для освещения в СМИ</p>	<p>Сформированные знания истории России, новейшей истории и основ международной политики; целей и задач планируемого продукта телерадиовещательных СМИ; социальные и психологические характеристики целевой аудитории; мировые тенденции развития сферы СМИ (содержательные и технологические); методы производства мультимедийных продуктов, основные сведения о телекоммуникационных системах, применяемых для теле- и радиовещания; инновационный опыт в сфере СМИ</p>	отлично
		<p>Сформированные умения выявлять потребность общества в информации по определенной проблематике; сочетать в концепции программ социальный заказ с собственными творческими идеями; моделировать структуру новых продуктов; регулировать творческие разногласия в коллективе</p>	
		<p>Сформированные владения навыками формирования востребованного круга тем и проблем для освещения в СМИ определения стратегических направлений новых продуктов телерадиовещательных СМИ; определения модели и формата новых продуктов; привлечения востребованных медиаперсон для авторских проектов; контроля разработки и создания анонсов новых продуктов телерадиовещательных СМИ; координации деятельности подразделений в ходе создания новых продуктов; утверждения новых продуктов, проверка их на соответствие законодательству Российской Федерации и готовности к выходу в эфир</p>	

<p>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>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, 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</p>	хорошо
		<p>Сформированные, имеющие незначительные пробелы в умения выявлять потребность общества в информации по определенной проблематике;</p>	

		<p>сочетать в концепции программ социальный заказ с собственными творческими идеями;</p> <p>моделировать структуру новых продуктов;</p> <p>регулировать творческие разногласия в коллективе</p>	
		<p>Сформированные, имеющие незначительные пробелы в владения 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>Сформированные, но имеющие значительные пробелы в знании истории России, новейшей истории и основ международной политики;</p> <p>целей и задач планируемого продукта телерадиовещательных СМИ;</p> <p>социальные и психологические характеристики целевой аудитории;</p> <p>мировые тенденции развития сферы СМИ (содержательные и технологические);</p> <p>методы производства мультимедийных продуктов, основные сведения о телекоммуникационных системах, применяемых для теле- и радиовещания;</p> <p>инновационный опыт в сфере СМИ</p>	удовлетворитель но
		<p>Сформированные, но имеющие значительные пробелы в умении выявлять потребность общества в информации по определенной проблематике;</p>	

		<p>сочетать в концепции программ социальный заказ с собственными творческими идеями;</p> <p>моделировать структуру новых продуктов;</p> <p>регулировать творческие разногласия в коллективе</p>	
		<p>Сформированные, но имеющие значительные пробелы во владении навыками формирования востребованного круга тем и проблем для освещения в СМИ</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>отсутствие знаний истории России, новейшей истории и основ международной политики;</p> <p>целей и задач планируемого продукта телерадиовещательных СМИ;</p> <p>социальные и психологические характеристики целевой аудитории;</p> <p>мировые тенденции развития сферы СМИ (содержательные и технологические);</p> <p>методы производства мультимедийных продуктов, основные сведения о телекоммуникационных системах, применяемых для теле- и радиовещания;</p> <p>инновационный опыт в сфере СМИ</p>	неудовлетворительно
		<p>отсутствие умений выявлять потребность общества в информации по определенной проблематике;</p> <p>сочетать в концепции программ социальный заказ с собственными</p>	

		<p>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>

Код и формулировка компетенции – ПК – 13Способен к продвижению продуктов телерадиовещательных СМИ

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения по практике	Критерии оценивания	Шкала оценивания
<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</p>	<p><b>знать:</b>          правила устной и письменной речи русского языка и иностранного языка (при необходимости);          основы этики и психологии делового общения</p> <p><b>уметь:</b>          устраивать публичные выступления, в том числе пресс-конференции для средств массовой информации</p>	<p>Сформированные знания о правилах устной и письменной речи русского языка и иностранного языка (при необходимости);          основах этики и психологии делового общения</p>	отлично
		<p>Сформированные умения 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-</p>	

<p>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>	<p>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><b>владеть:</b> 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>	<p>аналитические материалы, справки о деятельности организации; создавать положительный имидж организации</p> <p>Сформированные владения 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>	<p></p>
		<p>Сформированные, имеющие незначительные пробелы в знании о правилах устной и письменной речи русского языка и иностранного языка (при необходимости); основах этики и психологии делового общения</p>	<p>хорошо</p>



		<p>Сформированные, имеющие незначительные пробелы в умения 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>Сформированные, имеющие незначительные пробелы в владения 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>	
		<p>Сформированные, но имеющие значительные пробелы в знании о правилах устной и письменной речи русского языка и иностранного языка (при необходимости); основах этики и психологии делового общения</p>	удовлетворитель но
		<p>Сформированные, но имеющие значительные 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</p>	

		Сформированные, но имеющие значительные пробелы во владении 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	неудовлетворительно
		отсутствие знаний о правилах устной и письменной речи русского языка и иностранного языка (при необходимости); основах этики и психологии делового общения	
		отсутствие умений 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	
		отсутствие владений 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	

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

**Индивидуальные задания:**

1. Формулировка цели и задач ВКР.
2. Изучение необходимой литературы по теме исследования.

3. Сбор и обработка статистических данных, выполнение и составление необходимых таблиц, схем, графиков и т.п.

4. Подготовка первичного варианта текста ВКР.

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

#### **Примерные вопросы к защите отчета по преддипломной практике**

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

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

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

#### **Шкала оценивания для промежуточной аттестации обучающихся по практике**

Зачет с оценкой «отлично» выставляется, если компетенции освоены в полной мере и обучающийся в установленные сроки представил отчетную документацию по итогам прохождения практики, технически грамотно оформленную и четко структурированную, качественно оформленную с наличием информационного материала, индивидуальное задание выполнено верно, даны ясные выводы, подкрепленные теорией, защита отчета проведена с использованием мультимедийных средств, на заданные вопросы обучающихся представил четкие и полные ответы;

Зачет с оценкой «хорошо» выставляется, если компетенции вполне освоены и обучающийся в установленные сроки представил отчетную документацию по итогам прохождения практики, технически грамотно оформленную и структурированную, оформленную с наличием информационного материала, индивидуальное задание выполнено верно, даны четкие выводы, подкрепленные теорией, однако отмечены погрешности в отчете, скорректированные при защите, индивидуальное задание выполнено верно, даны выводы, неподкрепленные теорией, защита отчета проведена с использованием мультимедийных средств, на заданные вопросы обучающихся представил полные ответы, однако отмечены погрешности в ответе, скорректированные при собеседовании;

Зачет с оценкой «удовлетворительно» выставляется, если компетенции освоены и обучающийся в установленные сроки представил отчетную документацию по итогам прохождения практики, технически грамотно оформленную и структурированную, качественно оформленную без информационного материала, но индивидуальное задание выполнено не до конца, выводы приведены с ошибками, не подкрепленные теорией, защита отчета проведена без использования мультимедийных средств, на заданные вопросы обучающихся представил не полные ответы;

Зачет с оценкой «неудовлетворительно» выставляется, если компетенции не освоены и обучающийся не представил отчетную документацию, индивидуальное задание не выполнено, аналитические выводы приведены с ошибками, не подкрепленные теорией, защита отчета не проведена, на заданные вопросы обучающихся не представил ответы

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

### **8.1. Основная литература**

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

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

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

### **8.2. Дополнительная литература**

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

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

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

2. MicrosoftOfficeStandard 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: – WebofScience;
- Scopus;

- Издательство «Taylor&Francis»;
- Издательство «AnnualReviews»;
- «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
1. Учебная аудитория для проведения групповых и индивидуальных консультаций: Лаборатория компьютерной филологии № 412 (главный корпус)	групповые и индивидуальные консультации	<p><b>Аудитория № 412.</b></p> <p>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>
2. Учебная аудитория для текущего контроля и промежуточной аттестации: ауд. 213 (главный корпус), ауд. 401 (главный корпус);	текущий контроль, промежуточная аттестация.	<p><b>Аудитория № 213.</b></p> <p>Учебная мебель, доска, учебно-наглядные пособия, трибуна, мультимедиа проектор Aser P7500.</p>
3. Помещения для самостоятельной работы: читальный зал №1 (главный корпус)	самостоятельная работа	<p><b>Аудитория № 401.</b></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»

Наименование факультета

Наименование кафедры

**ОТЧЕТ О ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКЕ  
ПРЕДДИПЛОМНАЯ ПРАКТИКА**

**ОБУЧАЮЩЕГОСЯ**

\_\_курса  
ФБФВиЖ

Ф.И.О. (в родительном падеже)

Уровень высшего образования:

Направление подготовки

Направленность (профиль)  
программы

Срок проведения практики:

Уфа - 20 г.

## **1. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ**

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

## 2. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

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



### 3. РАБОЧИЙ ГРАФИК (ПЛАН) ПРОВЕДЕНИЯ ПРАКТИКИ

Срок проведения практики: с «    » \_\_\_\_\_ по «    » \_\_\_\_\_ 201 г.

	Разделы (этапы) практики	Виды и содержание работ, в т.ч. самостоятельная работа обучающегося в соответствии с программой практики	График (план) проведения практики (начало – окончание)
1.	Подготовительный этап.	Составление краткого плана практики; уточнение требований к Выпускной квалификационной работе.	00.00.0000-00.00.0000
2.	Основной этап.	Интенсивная работа над завершением ВКР: - систематизация и анализ исследовательской информации; - написание текста ВКР; - знакомство со стандартами и инструкциями, определяющими правила оформления ВКР.	00.00.0000-00.00.0000
3.	Заключительный этап.	Подготовка первичного варианта текста ВКР; подготовка рецензии, отзыва	00.00.0000-00.00.0000

Руководитель практики от кафедры \_\_\_\_\_/Ф.И.О.

Руководитель практики от профильной организации \_\_\_\_\_/ Ф.И.О.

#### 4. ИНДИВИДУАЛЬНОЕ ЗАДАНИЕ

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

Руководитель практики от кафедры \_\_\_\_\_ -- Ф.И.О./

Руководитель практики от профильной  
организации \_\_\_\_\_ / Ф.И.О./

ОЗНАКОМЛЕН:

обучающийся \_\_\_\_\_ / Ф.И.О./

## 5. ИНСТРУКТАЖ ПО ОХРАНЕ ТРУДА

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

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

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

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

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

обучающийся \_\_\_\_\_ / Ф.И.О./

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

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

## 6. ДНЕВНИК РАБОТЫ СТУДЕНТА

Дата	Информация о проделанной работе

Руководитель практики от  
профильной организации

\_\_\_\_\_/ Ф.И.О./

## 7. ОТЧЕТ СТУДЕНТА О ПРАКТИКЕ

с «\_\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ по «\_\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_

Я, \_\_\_\_\_ прошел (а) \_\_\_\_\_ практику с «\_\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ по «\_\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_.

В соответствии с программой практики и индивидуальным заданием, я выполнял следующую работу: \_\_\_\_\_

---

---

---

---

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

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

## 8. ОТЗЫВ О ПРАКТИКЕ СТУДЕНТА

Студент \_\_\_\_\_ прошел(а) \_\_\_\_\_ практику с «\_\_\_»  
\_\_\_\_\_ 20\_\_ по «\_\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_.

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

---

---

Краткая характеристика проделанной работы и полученных результатов:

---

---

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

---

---

Рекомендации (пожелания) по организации практики:

---

---

Руководитель практики от базы практики \_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_  
подпись И.О. Фамилия п.

## 9. РЕЗУЛЬТАТ ЗАЩИТЫ ОТЧЕТА

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

Результат прохождения практики обучающимся оценивается на: «\_\_\_\_\_»

Руководитель практики от кафедры \_\_\_\_\_ /  
Ф.И.О.

подпись

\_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

\_\_\_\_\_