

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РФ  
Автономная некоммерческая образовательная организация  
высшего образования  
«Кубанский социально-экономический институт (КСЭИ)»

## **Программа практики**

*Вид практики: Производственная практика*

*Тип практики: **Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности***

*Способ проведения: стационарная*

### **42.03.02 Журналистика**

направление подготовки с кодом

### **Журналистика и медийный бизнес**

Направленность

### ***бакалавр***

Квалификация (степень) выпускника

***очная, заочная***

Форма обучения

КРАСНОДАР 2017

**Составитель:** Щербакова Н.И., к.ф.н, доцент кафедры журналистики и медиакоммуникаций, Ефименко Л.Н., к.ф.н., доцент кафедры журналистики и медиакоммуникаций

**Рецензент:** Власенко Я.А., первый зам. главного редактора газеты «Кубанские новости»

Программа практики обсуждена и утверждена на заседании кафедры журналистики и медиакоммуникаций, протокол № 11 от 20 июня 2017 года

Содержание программы соответствует требованиям, изложенным в приказе Министерства образования и науки Российской Федерации от 19 декабря 2013 года №1367 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры».

Программа практики составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО и учебными планами всех годов набора, актуализированными согласно действующей редакции стандарта, по специальности / направлению подготовки 42.03.02. Журналистика

### ***1. Вид практики, способ и форма ее проведения***

**Производственная практика** (практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности) – важная составная часть профессиональной подготовки бакалавра в области журналистики.

**Целью производственной практики** является закрепление у студентов знаний по теории и методам медийного бизнеса, приобретение ими профессиональных навыков и их совершенствование, ознакомление с реалиями редакционной жизни, активное включение в повседневную деятельность организации медиаиндустрии и формирование основ профессиональной культуры студентов при непосредственной работе на профессиональной базе факультета (Медиацентр КСЭИ) и в разных средствах массовой информации (газетах, журналах, информационных агентствах, радио- и телевидении, в интернет-изданиях и т.п.).

#### **Задачи производственной практики:**

- углубленное знакомство с организацией работы СМИ, его структурой, планированием, подготовкой и выпуском ежедневных материалов;
- обучение выполнению своих профессиональных обязанностей в производственно-технологическом процессе выпуска печатного издания, Интернет-СМИ, теле-радиопрограммы;
- обретение практических навыков работы с источниками информации, владение разнообразными методами ее сбора, селекции и анализа. Освоение форм и методов интервьюирования, проведение опросов и др. Организация интерактивного общения с целевой аудиторией СМИ;
- формирование навыков подготовки информационных материалов в разных жанрах, создание материалов для СМИ в аналитических и художественно-публицистических жанрах. Формирование навыков редактирования печатного текста, ауди- и видеоматериала. Участие в верстке и оформлении номера или программы, в монтаже ауди- видеоматериалов.

Основные партнеры факультета журналистики: информационно-аналитический портал «Полиграф 23», журнал «Вектор», «Новая газета Кубани», газета «Казачий вестник», «Аргументы и факты-Юг», 9-й канал, «ВК Пресс», радио «Европа Плюс», «Кубанские новости» и т.д.).

Выбор места практики обусловлен логикой учебного процесса, необходимостью закрепления теоретического материала профильных дисциплин: «Аналитическая журналистика», «Основы медийного бизнеса», «Правовые основы медийного бизнеса», «Основы создания медиапроекта», «Инновационные технологии медийного продвижения», «Продвижение СМИ на рынке», «Он-лайн журналистика», дающие студентам представление о профессиональных особенностях работы журналиста в условиях внедрения инновационных технологий медиакоммуникаций, процессе становления и развития медийного бизнеса, о технологиях создания аналитических текстов, о методике медийного продвижения и проведения спецмероприятий.

Однако, учитывая тенденции развития рынка медиаиндустрии, связанные с профессиональной конвергенцией и реструктуризацией трудоустройства, реальную потребность редакций в практикантах и стажерах, факультет

не придерживается «жесткой» политики в распределении студентов на практику, предоставляет им возможность индивидуального выбора. Производственные практики осуществляются на основе договоров, которые заключаются руководством факультета с ведущими массмедиа города и края: «Новая газета Кубани», газета «Казачий вестник», «Аргументы и факты-Юг», Кубань 24, «ВК Пресс», радио «Европа Плюс», подтверждающих готовность принять малые группы практикантов на безвозмездной основе. В зависимости от вида практики студенты-журналисты проходят её в институте, в различных средствах массовой информации, рекламных, информационных агентствах, пресс-центрах и пресс-службах государственных и негосударственных организаций.

Отдельные занятия могут быть организованы в виде экскурсий студенческих групп в редакции местных средств массовой информации по взаимной договоренности с ними. Такие занятия проводятся в форме лекций, докладов и бесед.

В редакции студенты знакомятся со структурой СМИ и планированием работы (перспективные и месячные планы, планом текущего номера).

В отделах редакции газеты (или журнала) и типографии студенты знакомятся с прохождением журналистских материалов, с процессом выпуска издания, прохождением журналистских материалов, начиная со сбора информационного материала журналистами, техникой его написания и обработки в отделах редакции, редактирования, вёрстки газетных (журнальных) полос номера и заканчивая технологическим процессом печатания тиража газеты (журнала).

Аналогичные экскурсии на местный теле- или радиоцентр позволят студентам увидеть всю творческую и технологическую цепочку подготовки и выхода в эфир радиопередач и телевизионных программ.

Возможны также экскурсии в местные информационные агентства.

Посещение мероприятий, связанных с работой конкретного отдела данной редакции, журналиста, руководителя практики, и их анализ.

Большая часть производственной практики проходит в режиме решения поставленных перед практикантом задач по сбору, мониторингу информации, проведению интервью, опросов, написанию собственных текстов, редактированию предложенных. Участие в подготовке материалов разных информационных жанров в данной редакции: поиск исходных данных, формирование замысла будущей публикации, составление плана, непосредственное создание материала для газеты в разных жанрах. Подготовка собственных материалов в разных публицистических жанрах.

По способу проведения производственная практика является стационарной, проходит по месту основной деятельности в учебно-производственных и других вспомогательных объектах Института (Медийный Центр КСЭИ) и не требует командирования студентов.

Форма проведения практики: дискретная, по периодам проведения практик – путем чередования в календарном учебном графике периодов учебного времени для проведения практик с периодами учебного времени для прове-

дения теоретических занятий.

## **2. Перечень планируемых результатов обучения при прохождении практики, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы (компетенции, знания, умения, навыки)**

В результате прохождения производственной практики обучающийся должен:

**Знать:** специфику подготовки журналистских материалов для различных видов СМИ, специфику аналитических жанров, методику медийного продвижения, организационные и законодательно-правовые основы медийного бизнеса, технологии проектирования медиапроекта;

**Уметь:** участвовать в планировании работы редакции и собственной работы; создавать журналистские тексты определенных жанров для различных медийных каналов; анализировать, оценивать и редактировать медиатексты, проводить их в соответствие с нормами, стандартами, форматами, стилями, технологическими требованиями, принятыми в СМИ разных типов, участвовать в подготовке коллективного медиапродукта, работая «в команде»; организовать интерактивное общение с аудиторией, используя социальные сети и другие современные медийные средства, обеспечивать общественный резонанс публикаций, принимать участие в проведении на базе СМИ социально значимых акций.

**Владеть:** инновационными практиками в сфере массмедиа, навыками создания аналитического текста различных жанров в рамках отведенного бюджета времени и с использованием различных знаковых систем, технологиями интерактивного общения с аудиторией, создания медиапроекта; сотрудничества с представителями различных сегментов общества;

В результате прохождения производственной практики обучающийся должен приобрести следующие профессиональные компетенции:

*Способностью в рамках отведенного бюджета времени создавать материалы для массмедиа в определенных жанрах, форматах с использованием различных знаковых систем (вербальной, фото-, аудио-, видео-, графической) в зависимости от типа СМИ для размещения на различных мультимедийных платформах (ПК-2);*

*Способностью анализировать, оценивать и редактировать медиатексты, приводить их в соответствие с нормами, стандартами, форматами, стилями, технологическими требованиями, принятыми в СМИ разных типов (ПК-3).*

## **3. Место практики в структуре образовательной программы**

Производственная практика входит в Блок 2 «Практики», который в полном объеме относится к вариативной части программы и определяет направленность программы бакалавриата.

Программа производственной практики составлена с учетом требований федерального государственного образовательного стандарта высшего образования (ФГОС ВО) по направлению подготовки 42.03.02. Журналистика, утвержденного Приказом Министерства образования и науки Российской Федерации (от 07.08.2014 № 951).

Производственной практике предшествует изучение дисциплин профессионального цикла базового и вариативного компонентов ФГОС ВО. Для эффективного прохождения производственной практики студенты используют знания, умения, навыки, сформированные в процессе изучения дисциплин: «История зарубежной литературы и журналистики», «История отечественной литературы и журналистики», «Основы медиатекста», «Стилистика и литературное редактирование», «Основы медиакommunikаций», «Техника и технология создания медиапродукта», «Выпуск учебной газеты», "Информационно-аналитическая журналистика", "Основы современного медийного бизнеса" и др.

#### **4. Объем практики в зачетных единицах и ее продолжительности в неделях**

Продолжительность и сроки проведения производственной практики устанавливаются графиками учебного процесса и учебными планами. Производственная практика в зависимости от года набора и формы обучения проводится в следующих объемах:

##### **Очная форма обучения**

###### Набор 2014 года

2 курс 4 семестр 8 недель (12ЗЕТ)

3 курс 6 семестр 8 недель (12ЗЕТ)

###### Набор 2015 года

2 курс 4 семестр 6 недель (9 ЗЕТ)

3 курс 6 семестр 8 недель (12ЗЕТ)

###### Набор 2016, 2017 года

2 курс 4 семестр 6 недель (9 ЗЕТ)

3 курс 6 семестр 8 недель (12ЗЕТ)

##### **Заочная форма обучения**

###### Набор 2015, 2016, 2017 года

2 курс весенний семестр 6 недель (9 ЗЕТ)

3курс весенний семестр 6 недель (9 ЗЕТ)

4курс весенний семестр 6 недель (9 ЗЕТ)

**Форма контроля по всем практикам – зачет с оценкой**

#### **5. Содержание практики**

##### **Очная форма обучения**

###### Набор 2014 года

Трудоемкость производственной практики, проводимой концентрированно в 4 семестре продолжительностью 8 недель объемом 12 ЗЕТ (432 часа) распределяется следующим образом:

№ п/п	Разделы (этапы) практики	Объем в часах	Возможная форма контроля
1.	Инструктаж по технике безопасности	2	регистрация посещения
2.	Производственный этап: создание журналистских текстов в формате аналитических (не менее пяти), обработка и разме-	320	Проверка дневника практики, вы-

	щение журналистского контента на информационных ресурсах факультета журналистики КСЭИ; осуществление деловой и межличностной коммуникации в рамках подготовки и проведения спецмероприятий, общение с целевой аудиторией в соцсетях		полнения практических заданий
3.	Обработка и анализ результатов проделанной работы	80	Проверка подготовленных материалов
4.	Подготовка и защита отчета, журналистские материалы разных жанровых форматов (вербальный) и их размещение в различных средах и на различных носителях и платформах (не менее 5).	30	Зачет с оценкой
Итого:		432 часа	

Трудоемкость производственной практики, проводимой концентрированно в 6 семестре продолжительностью 8 недель объемом 12 ЗЕТ (432 часа), распределяется следующим образом:

№ п/п	Разделы (этапы) практики	Объем в часах	Возможная форма контроля
1	Инструктаж по технике безопасности	2	регистрация посещения
2	Производственный этап: Создание и редактирование журналистских материалов различных форматов (фото-, видео-, аудио), их размещение в различных средах и на различных носителях и платформах; создание рекламных текстов; организация и проведение пиар-акций, медийных промоакций (по выбору студента).	320	Проверка дневника практики, выполнения практических заданий
3	Обработка и анализ полученной информации	80	Проверка подготовленных материалов
4	Подготовка и защита отчета, журналистские материалы разных жанровых форматов (фото-, видео-, аудио) и их размещение в различных средах и на различных носителях и платформах (не менее 5).	30	Зачет с оценкой
Итого:		432 часа	

#### Набор 2015, 2016, 2017 года

Трудоемкость производственной практики, проводимой концентрированно в 4 семестре продолжительностью 6 недель объемом 9 ЗЕТ (324 часа) распределяется следующим образом:

№ п/п	Разделы (этапы) практики	Объем в часах	Возможная форма контроля
1.	Инструктаж по технике безопасности	2	регистрация посещения
2.	Производственный этап. Создание журналистских текстов в формате ана-	240	Проверка дневника

	литических (не менее пяти), обработка и размещение журналистского контента на информационных ресурсах факультета журналистики КСЭИ; редактирование медиатекстов различных знаковых систем, приведение их в соответствие с нормами, стандартами, форматами, стилями, технологическими требованиями, принятыми в СМИ разных типов		практики, выполнения практических заданий
3.	Обработка и анализ результатов проделанной работы	52	Проверка подготовленных материалов
4.	Подготовка и защита отчета, журналистские материалы разных жанровых форматов (вербальный) и их размещение в различных средах и на различных носителях и платформах (не менее 5).	30	Зачет с оценкой
Итого:		324 часа	

Трудоемкость производственной практики, проводимой концентрированно в 6 семестре продолжительностью 8 недель объемом 12 ЗЕТ (432 часа), распределяется следующим образом:

№ п/п	Разделы (этапы) практики	Объем в часах	Возможная форма контроля
1	Инструктаж по технике безопасности	2	регистрация посещения
2	Производственный этап: Создание и редактирование журналистских материалов различных форматов (фото-, видео-, аудио), их размещение в различных средах и на различных носителях и платформах; создание рекламных текстов; организация и проведение пиар-акций, медийных промоакций (по выбору студента).	320	Проверка дневника практики, выполнения практических заданий
3	Обработка и анализ полученной информации	30	Проверка подготовленных материалов
4	Подготовка и защита отчета, журналистские материалы разных жанровых форматов (фото-, видео-, аудио) и их размещение в различных средах и на различных носителях и платформах (не менее 5).	80	Зачет с оценкой
Итого:		432 часа	

### **Заочная форма обучения**

Набор 2015, 2016, 2017 года

Трудоемкость производственной практики, проводимой концентрированно в 4 семестре продолжительностью 6 недель объемом 9 ЗЕТ (324 часа) распределяется следующим образом:

№ п/п	Разделы (этапы) практики	Объем в часах	Возможная форма контроля
1.	Инструктаж по технике безопасности	2	регистрация

			посещения
2.	Производственный этап: создание журналистских текстов в формате аналитических (не менее пяти), обработка и размещение журналистского контента на информационных ресурсах факультета журналистики КСЭИ; осуществление деловой и межличностной коммуникации в рамках подготовки и проведения спецмероприятий, общение с целевой аудиторией в соцсетях	240	Проверка дневника практики, выполнения практических заданий
3.	Обработка и анализ результатов проделанной работы	52	Проверка подготовленных материалов
4.	Подготовка и защита отчета, журналистские материалы разных жанровых форматов (вербальный) и их размещение в различных средах и на различных носителях и платформах (не менее 5).	30	Зачет с оценкой
Итого:		324 часа	

Трудоемкость производственной практики, проводимой концентрированно в 6 семестре продолжительностью 6 недель объемом 9 ЗЕТ (234 часа), распределяется следующим образом:

№ п/п	Разделы (этапы) практики	Объем в часах	Возможная форма контроля
1	Инструктаж по технике безопасности	2	регистрация посещения
2	Производственный этап: Создание и редактирование журналистских материалов различных форматов (фото-, видео-, аудио), их размещение в различных средах и на различных носителях и платформах;	150	Проверка дневника практики, выполнения практических заданий
3	Обработка и анализ полученной информации	52	Проверка подготовленных материалов
4	Подготовка и защита отчета, журналистские материалы разных жанровых форматов (фото-, видео-, аудио) и их размещение в различных средах и на различных носителях и платформах (не менее 5).	30	Зачет с оценкой
Итого:		234 часа	

Трудоемкость производственной практики, проводимой концентрированно в 8 семестре продолжительностью 6 недель объемом 9 ЗЕТ (324 часа) распределяется следующим образом:

№ п/п	Разделы (этапы) практики	Объем в часах	Возможная форма контроля
1.	Инструктаж по технике безопасности	2	регистрация посещения

2.	Производственный этап. Редактирование медиатекстов различных знаковых систем. Приведение их в соответствие с нормами, стандартами, форматами, стилями, технологическими требованиями, принятыми в СМИ разных типов. Создание рекламных текстов; организация и проведение пиар-акций, медийных промоакций (по выбору студента).	240	Проверка дневника практики, выполнения практических заданий
3.	Обработка и анализ результатов проделанной работы	52	Проверка подготовленных материалов
4.	Подготовка и защита отчета	30	Зачет с оценкой
Итого:		324 часа	

### **6. Формы отчетности по практике**

Формы отчетности по практике:

- дневник
- отчет
- журналистские материалы различных форматов (2-ой курс – вербальные, 3-ий курс – фото-, видео-, аудио); отредактированные медиатексты различных знаковых систем; рекламные тексты.

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

Содержание и структура ФОС соответствует требованиям, изложенным в приказе Министерства образования и науки Российской Федерации от 19 декабря 2013 года №1367 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры».

#### **7.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения ОП**

<b>Способностью в рамках отведенного бюджета времени создавать материалы для массмедиа в определенных жанрах, форматах с использованием различных знаковых систем (вербальной, фото-, аудио-, видео-, графической) в зависимости от типа СМИ для размещения на различных мультимедийных платформах (ПК-2)</b>		
Этап 1	Знать	Жанры, форматы, специфику различных знаковых систем, мультимедийных платформ, типологию СМИ
Этап 2	Уметь	Уметь в рамках отведенного бюджета времени создавать материалы для массмедиа в определенных жанрах, форматах с использованием различных знаковых систем (вербальной, фото-, аудио-, видео-, графической) в зависимости от типа СМИ для размещения на различных мультимедийных платформах
Этап 3	Навыки и (или) опыт деятельности – Владеть	Владеть навыками создания материалов для массмедиа в определенных жанрах, форматах с использованием различных знаковых систем (вербальной, фото-, аудио-, видео-, графической) в зависимости от типа СМИ для размещения на различных мультимедийных платформах
<b>Способностью анализировать, оценивать и редактировать медиатексты, приводить их в соответствие с нормами, стандартами, форматами, стилями, технологическими требованиями, принятыми в СМИ разных типов (ПК-3)</b>		

Этап 1	Знать	Нормы, стандарты, форматы, стили, технологические требования разных типов СМИ
Этап 2	Уметь	<i>анализировать, оценивать и редактировать медиатексты, приводить их в соответствие с нормами, стандартами, форматами, стилями, технологическими требованиями, принятыми в СМИ разных типов</i>
Этап 3	Навыки и (или) опыт деятельности – Владеть	<i>Навыками анализа, оценки и редактирования медиатекстов с учетом норм, стандартов, форматов, стилей, технологических требований, принятых в СМИ разных типов</i>

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

Этап	Критерий оценивания	Показатель оценивания	Шкала оценивания				Средство оценивания
			отлично	хорошо	удовлетворительно	неудовлетворительно	
1. Знать	Полнота, системность, прочность знаний; обобщенность знаний	Жанры, форматы, специфика различных знаковых систем, мультимедийных платформ, типология СМИ	Системное, полное знание жанров, форматов, специфики различных знаковых систем, мультимедийных платформ, типологии СМИ	Прочные знания жанров, форматов, специфики различных знаковых систем, мультимедийных платформ, типологии СМИ	Частичное знание жанров, форматов, специфики различных знаковых систем, мультимедийных платформ, типологии СМИ	Незнание жанров, форматов, специфики различных знаковых систем, мультимедийных платформ, типологии СМИ	журналистские материалы различных форматов
2. Уметь	Степень самостоятельности выполнения действия; осознанность выполнения действия; выполнение действия (умения) в незнакомой ситуации	материалы для массмедиа в определенных жанрах, форматах с использованием различных знаковых систем	самостоятельная подготовка материалов для массмедиа в определенных жанрах, форматах с использованием различных знаковых систем	самостоятельная подготовка материалов для массмедиа в определенных жанрах, форматах с использованием различных знаковых систем, допускает несущественные ошибки	допущены существенные ошибки при подготовке материалов для массмедиа в определенных жанрах, форматах с использованием различных знаковых систем	Неумение самостоятельно подготовить материалы для массмедиа в определенных жанрах, форматах с использованием различных знаковых систем	журналистские материалы различных форматов
3. Владеть	Ответ на вопросы, поставленные преподавателем; решение задач; выполнение практических задач	навыки создания материалов для массмедиа в определенных жанрах, форматах с использованием различных	Отлично владеет навыками создания материалов для массмедиа в определенных жанрах, форматах с использо-	Хорошо владеет навыками создания материалов для массмедиа в определенных жанрах, форматах с использо-	Не полностью владеет навыками создания материалов для массмедиа в определенных жанрах, форматах с	Не владеет навыками создания материалов для массмедиа в определенных жанрах, форматах с использованием различных зна-	журналистские материалы различных форматов

		знаковых систем (вербальной, фото-, аудио-, видео-, графической) в зависимости от типа СМИ для размещения на различных мультимедийных платформах	зованием различных знаковых систем (вербальной, фото-, аудио-, видео-, графической) в зависимости от типа СМИ для размещения на различных мультимедийных платформах	зованием различных знаковых систем (вербальной, фото-, аудио-, видео-, графической) в зависимости от типа СМИ для размещения на различных мультимедийных платформах	использованием различных знаковых систем (вербальной, фото-, аудио-, видео-, графической) в зависимости от типа СМИ для размещения на различных мультимедийных платформах	ковых систем (вербальной, фото-, аудио-, видео-, графической) в зависимости от типа СМИ для размещения на различных мультимедийных платформах	
--	--	--	---	---	---	---	--

Этап	Критерий оценивания	Показатель оценивания	Шкала оценивания				Средство оценивания
			отлично	хорошо	удовлетворительно	неудовлетворительно	
1. Знать	Полнота, системность, прочность знаний; обобщенность знаний	Нормы, стандарты, форматы, стили, технологические требования разных типов СМИ	Полные, системные знания норм, стандартов, форматов, стилей, технологических требований разных типов СМИ	достаточные знания норм, стандартов, форматов, стилей, технологических требований разных типов СМИ	Частичные знания норм, стандартов, форматов, стилей, технологических требований разных типов СМИ	Незнание норм, стандартов, форматов, стилей, технологических требований разных типов СМИ	решение задач по редактированию медиатекстов различных знаковых систем
2. Уметь	Степень самостоятельности выполнения действия; осознанность выполнения действия; выполнение действия (умения) в незнакомой ситуации	Умение самостоятельно анализировать, оценивать и редактировать медиатексты, приводить их в соответствие с нормами, стандартами, форматами, стилями, технологическими требованиями, принятыми в СМИ разных типов	Высокий уровень умения самостоятельно анализировать, оценивать и редактировать медиатексты, приводить их в соответствие с нормами, стандартами, форматами, стилями, технологическими требованиями, принятыми	сформированные умения самостоятельно анализировать, оценивать и редактировать медиатексты, приводить их в соответствие с нормами, стандартами, форматами, стилями, технологическими требованиями, принятыми	Слабо сформированные умения самостоятельно анализировать, оценивать и редактировать медиатексты, приводить их в соответствие с нормами, стандартами, форматами, стилями, технологическими требованиями, принятыми	неумение самостоятельно анализировать, оценивать и редактировать медиатексты, приводить их в соответствие с нормами, стандартами, форматами, стилями, технологическими требованиями, принятыми в СМИ разных типов	решение задач по редактированию медиатекстов различных знаковых систем

			в СМИ разных типов	в СМИ разных типов	принятыми в СМИ разных типов		
3. Владеть	Ответ на вопросы, поставленные преподавателем; решение задач; выполнение практических задач	Навыки анализа, оценки и редактирования медиатекстов с учетом норм, стандартов, форматов, стилей, технологических требований, принятых в СМИ разных типов	Владеет навыками анализа, оценки и редактирования медиатекстов с учетом норм, стандартов, форматов, стилей, технологических требований, принятых в СМИ разных типов	Успешно владеет навыками анализа, оценки и редактирования медиатекстов с учетом норм, стандартов, форматов, стилей, технологических требований, принятых в СМИ разных типов	Не полностью владеет навыками анализа, оценки и редактирования медиатекстов с учетом норм, стандартов, форматов, стилей, технологических требований, принятых в СМИ разных типов	Не владеет навыками анализа, оценки и редактирования медиатекстов с учетом норм, стандартов, форматов, стилей, технологических требований, принятых в СМИ разных типов	решение задач по редактированию медиатекстов различных знаковых систем

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

Компетенция: ПК-2

Этап формирования компетенции: 1-3

Средство оценивания: журналистские материалы различных форматов (2-ой курс – вербальные, 3-ий курс – фото-, видео-, аудио)

Компетенция: ПК-3

Этап формирования компетенции: 1-3

Средство оценивания: решение задач по редактированию медиатекстов различных знаковых систем

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

Компетенция: ПК-2

Этап формирования компетенции: 1-3

Средство оценивания: журналистские материалы различных форматов (2-ой курс – вербальные, 3-ий курс – фото-, видео-, аудио)

Методика оценивания: зачтено/ не зачтено

Наименование оценки	Критерий
«зачтено»	Владение умениями и навыками в рамках отведенного бюджета времени создавать материалы для массмедиа в определенных жанрах, форматах с использованием различных знаковых систем (вербальной, фото-, аудио-, видео-, графической) в зависи-

	мости от типа СМИ и размещать их на различных мультимедийных платформах.
«не зачтено»	Неумение в рамках отведенного бюджета времени создавать материалы для массмедиа в определенных жанрах, форматах с использованием различных знаковых систем (вербальной, фото-, аудио-, видео-, графической) в зависимости от типа СМИ и размещать их на различных мультимедийных платформах.

Компетенция: ПК-3

Этап формирования компетенции:

Средство оценивания: решение задач по редактированию медиатекстов различных знаковых систем

Методика оценивания: зачтено/ не зачтено

Наименование оценки	Критерий
«зачтено»	Владение умениями и навыками анализировать, оценивать и редактировать медиатексты, приводить их в соответствие с нормами, стандартами, форматами, стилями, технологическими требованиями, принятыми в СМИ разных типов.
«не зачтено»	неумение анализировать, оценивать и редактировать медиатексты, приводить их в соответствие с нормами, стандартами, форматами, стилями, технологическими требованиями, принятыми в СМИ разных типов.

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

#### **а) основная литература:**

1. Иваницкий В.Л. Основы бизнес-моделирования СМИ: Учеб. пособие для студентов вузов. М.: Аспект Пресс, 2010. 254 с.
2. Гуревич С. М., Иваницкий В. Л., Назаров А. А., Щепилова Г. Г. Основы медиамаркетинга / Под ред. С. М. Гуревича. М.: МедиаМир, 2007. 201 с.
3. Бузин В., Бузина Т. Медиапланирование. М.: ЮНИТИ, 2010.
4. Вартанова Е.Л. Медиаэкономика зарубежных стран. М.: Аспект Пресс, 2003.
5. Васильев Г.А., Романов А.А., Поляков В.А. Медиапланирование. М., 2009.
6. Лазутина Г.В. Основы творческой деятельности журналиста. Учебник для вузов, изд. 2-е – М., 2010.
7. Свитич Л.Г. Введение в специальность: Профессия журналист. 3-е изд., 2010.

#### **б) дополнительная литература:**

1. Иваницкий В.Л. Бизнес-план и маркетинг // Основы медиамаркетинга / Под ред. С. М. Гуревича. М.: МедиаМир, 2007. С. 166 – 197.
2. Иваницкий В.Л. Концепция периодического издания и его коммуникативная стратегия // Вест. Моск. Ун-та. Сер. 10. Журналистика. М., 2004.
3. Иваницкий В.Л. Природа и содержание бизнес-концепции массмедиа. Стратегии реализации // Экономика и менеджмент СМИ: Ежегодник 2008

- / Отв. ред. и сост. Е. Л. Вартанова, науч. ред. Н. В. Ткачева. М.: Медиа-Мир, 2009. С. 24–30.
4. Каменнова М.С., Громов А.И., Ферапонтов М.М., Шматалюк А.Е. Моделирование бизнеса. Методология ARIS. М., 2001.
  5. Келлер К.Л. Стратегический бренд-менеджмент: создание, оценка и управление марочным капиталом. Изд- 2-е. М.: Вильямс, 2005.
  6. Кирия И.В. Зарубежный медиамаркетинг. М.: ВК, 2006.
  7. Конопляник Т. М. Регулярный менеджмент как концепция управления финансовой деятельностью предприятия // Проблемы современной экономики. 2008. № 3(19).
  8. Котлер Ф., Келлер К.Л. Маркетинг менеджмент. СПб: Питер, 2012.
  9. Гуревич С.М. Номер газеты. Учебное пособие – М., 2002.
  10. Интернет-СМИ: теория и практика. Учебное пособие. – М., 2010
  11. Кузнецов Г.В. Так работают журналисты – М., 2010
  12. Тертычный А.А. Жанры периодической печати. Учебное пособие – М., 2000.
  13. Лазутина Г.В., Распонова С.С. Жанры журналистского творчества. – М., 2011
  14. Радиожурналистика. – М., 2000.

**в) программное обеспечение и Интернет-ресурсы:**

[www.mediascope.ru](http://www.mediascope.ru)

[www.hat.ru](http://www.hat.ru)

[www.gipp.ru](http://www.gipp.ru)

[www.znanium.com](http://www.znanium.com)

**Электронные ресурсы информационных агентств и популярных СМИ в Интернете**

«РосБизнесКонсалтинг» - <http://rbc.ru>

РИА «Новости» - <http://rian.ru>

«Regions.Ru» - <http://www.regions.ru>

«Интерфакс» - <http://interfax.ru>

«Росбалт» - <http://www.rosbalt.ru>

«Лента.Ру» - <http://www.lenta.ru>

«Газета.Ру» - <http://www.gazeta.ru>

«Страна.Ру» - <http://www.strana.ru>

«СМИ.Ру» - <http://www.smi.ru>

1 канал – <http://www.1tv.ru>

Россия – <http://www.rutv.ru>

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

Производственная практика базируется на технологиях медийного продвижения, медиакоммуникации, используемых в редакциях, информационных агентствах, теле- и радиовещательных структурах. В рамках мастер-классов и профессиональных студий представителей медиаиндустрии могут использоваться активные и интерактивные формы проведения занятий.

Информационно-правой портал «Гарант», правовой сайт «Консультант плюс», научная электронная библиотека eLIBRARY.RU.

Программное обеспечение: Microsoft Office (Access, Excel, PowerPoint, Word и т. д).

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

Материально-техническое обеспечение производственной практики формируется учебными базами факультета, редакциями СМИ, издательскими предприятиями, пресс-службами и рекламными структурами и прочими институтами медиаиндустрии.