

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
ФГБОУ ВО «Алтайский государственный университет»**

**Институт гуманитарных наук**

Утверждено:  
решением ученого совета Универ-  
ситета  
протокол № 4 от 26 июня 2023 г.

**ПРОГРАММА  
учебной практики**

**профессионально-ознакомительная практика**

**42.03.05 Мелиакоммуникации**  
(код и наименование программы)

**«Цифровая культура и медийное производство»**  
(профиль подготовки)

**Очная**  
(форма обучения)

Барнаул 2023

Составитель:

к. филол. н., доцент кафедры медиакоммуникаций, технологий рекламы и связей с общественностью Е.В. Валюлина

### **Визирование программы для исполнения в очередном учебном году**

Программа практик одобрена для исполнения в 2021 - 2023 учебном году на заседании ученого совета института массовых коммуникаций, филологии и политологии, протокол № 5 от «22» июня 2021г.

#### **Внесены следующие изменения и дополнения:**

Скорректированы формулировки компетенций в соответствии с Приказом Минобрнауки России "О внесении изменений в федеральные государственные образовательные стандарты"

№ 1456 от 26.11.2020 (зарегистрировано Минюстом России 27 мая 2021 г.).

### **Визирование программы для исполнения в очередном учебном году**

Программа практик одобрена для исполнения в 2023 - 2024 учебном году на заседании ученого совета института гуманитарных наук, протокол № 5 от «22» июня 2023г.

#### **Внесены следующие изменения и дополнения:**

Скорректирована формулировка компетенции, в том числе в учебном плане и индикаторах, в соответствии с Приказом Минобрнауки России № 208 от 27 февраля 2023 г. «О внесении изменений в федеральные государственные образовательные стандарты».

## 1. Вид практики, способы и формы ее проведения

**Вид практики:** учебная

**Тип практики:** профессионально-ознакомительная

**Способ проведения практики** – стационарный, выездной, практика проводится в структурных подразделениях АлтГУ или в профильных организациях, расположенных какна территории города Барнаула, так и за его пределами.

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

## 2. Перечень планируемых результатов обучения при прохождении практики, соотнесённых с планируемыми результатами освоения ОПОП

Учебная профессионально-ознакомительная практика проводится с целью углубления и закрепления теоретических знаний, приобретенных в процессе плановых учебных занятий, формирования у студентов адекватного представления об их будущей профессии и овладения элементарными навыками работы по специальности.

### 2.1 Универсальные компетенции выпускников и индикаторы их достижения

Категория (группа) универсальных компетенций	Код и наименование универсальной компетенции	Код и наименование индикатора достижения универсальной компетенции
Системное и критическое мышление.	УК-1. Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач.	УК-1.1. Знает основные теоретико- методологические положения системного подхода как научной и философской категории; УК-1.2. Осуществляет поиск информации для решения поставленной задачи по различным типам запросов; УК-1.3. Сопоставляет разные источники информации с целью выявления их противоречий и поиска достоверных суждений; УК-1.4. Анализирует информацию и предлагает возможные варианты решения поставленной задачи, оценивая их достоинства и недостатки.

### 2.2 Общепрофессиональные компетенции выпускников и индикаторы их достижения

Категория (группа) общепрофессиональных компетенций	Код и наименование общепрофессиональных компетенций (ОПК)	Код и наименование индикатора достижения общепрофессиональной компетенции
---	---	---

Общество и государство	ОПК-2. Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для ихразностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационныхпродуктах.	ОПК-2.1. Знает систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития; ОПК-2.2. Соблюдает принципобъективности в создаваемых медиапроектах и (или) медиапродуктах приосвещении деятельности общественных и государственных институтов.
Аудитория	ОПК-4. Способен отвечатьна запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности.	ОПК-4.1. Соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп; ОПК-4.2. Учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании медиапроектах и (или) медиапродуктов.
Технологии	ОПК-6. Способен понимать принципы работысовременных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональнойдеятельности.	ОПК-6.1. Отбирает для осуществления профессиональной деятельности необходимое техническое оборудование и программное обеспечение; ОПК-6.2. Эксплуатирует современные стационарные и мобильные цифровые устройства на всех этапах созданиямедиапроекта и (или) медиапродукта

### 2.3 Профессиональные компетенции выпускников и индикаторы их достижения ввыбранных типах задач профессиональной деятельности выпускников

Типы задач профессиональной деятельности	Код и наименование профессиональной компетенции	Код и наименование индикатора достижения профессиональной компетенции
--	---	---

<p><b>Организационный</b> Организация и управление маркетинговыми исследованиями с целью продвижения продукции СМИ с учетом тенденций развития цифровой культуры и медийного производства</p>	<p>ПК-1. Способен осуществлять маркетинговые исследования в области СМИ</p>	<p>ПК-1.1 Знает: маркетинговые технологии; основные способы сбора, обработки, анализа и наглядного представления информации;</p> <p>ПК-1.2. Умеет: находить и анализировать Необходимую информацию, применять количественные и качественные методы анализа; выявлять факторы, определяющие потребительский спрос на продукцию СМИ, существенные характеристики целевой аудитории потребителей составлять аналитические отчеты, проводить презентацию результатов маркетингового исследования;</p> <p>ПК-1.3 Владеет навыками поиска статистической и аналитической информации, характеризующей ситуацию на рынке продукции СМИ; анализа имеющихся данных ситуации на рынке продукции СМИ; определения целевой аудитории потребителей продукции СМИ; контроля выполнения договора, приемки результатов маркетингового исследования социологического опроса, иных работ и услуг, необходимых для анализа ситуации на рынке продукции СМИ.</p>
---	---	---

### 3. Место практики в структуре образовательной программы

Учебная профессионально-ознакомительная практика относится к Блоку Б2.О.01.01(У) «Практики».

Для прохождения практики студенты должны владеть базовыми знаниями по дисциплинам: «Речевая культура специалиста в области медиакommunikаций», «Цифровая культура в профессиональной деятельности», «Структура и индустрия медиасреды», «Основы медиа», «Проектная деятельность в медиасфере».

Учебная профессионально-ознакомительная практика по направлению подготовки бакалавриата 42.03.05 Медиакommunikации, профиль «Цифровая культура и медийное производство» проводится в организациях, деятельность которых соответствует профилю подготовки бакалавра и которые располагают квалифицированными кадрами для руководства практикой студентов.

### 4. Объем практики

Общая трудоемкость учебной профессионально-ознакомительной практики составляет 9 зачетных единицы, 324 часа. Данный объем практики составляет 6 недель, которые отражены в графике учебного процесса. Форма контроля – зачет с оценкой.

### 5. Порядок организации и содержание практики

Содержание учебной профессионально-ознакомительной практики направлено на формирование у студентов адекватного представления об их будущей профессии и овладение элементарными навыками работы по специальности. Учебная профессионально-ознакомительная практика в профильных организациях направлена на:

- первоначальное знакомство с профессией;
- знакомство с организацией, осуществляющей медийную деятельность;

- практическое закрепление теоретических знаний, полученных в процессе обучения;
- овладение первичными навыками работы по направлению подготовки;
- овладение навыками оформления необходимой в работе документации;
- составление отчета о практике;
- защиту отчета по практике.

Разделы (этапы) практики	Виды работы на практике, включая самостоятельную работу студентов	Формы текущего контроля
Подготовительный этап	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Установочная конференция о задачах учебной профессионально-ознакомительной практики: общий инструктаж.</li> <li>2. Организационная работа по распределению студентов по базам практики.</li> <li>3. Выдача студентам рабочих отчетных документов по практике.</li> <li>4. Встреча студентов с руководителями практики, обсуждение и утверждение индивидуальных заданий практикантов.</li> </ol>	Отметки в ведомостях о прохождении студентами инструктажа, о получении отчетных документов для учебной практики.
Прохождение практики в организации (основной этап)	<p><b>Выполнение индивидуального задания:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Характеристика деятельности организации: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Изучить организационно- управленческую структуру, организации</li> <li>• Ознакомиться с действующими инструкциями и положениями, регламентирующими профессиональную деятельность организации;</li> <li>• Изучить основные продукты и (или) услуги, выпускаемые (предоставляемые) данной организацией;</li> <li>• Провести аналитический обзор деятельности организации (учреждения), конкурентный анализ.</li> </ul> </li> <li>2. Анализ деятельности организации: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Провести мониторинг информационных площадок организации</li> <li>• Провести подробный анализ существующих медиапродуктов организации</li> <li>• Описать портрет ЦА и заказчиков организации</li> <li>• Участие студента в подготовке, аудиовизуальных произведений, макетов полиграфической продукции, SMM/медиапродуктов, соответствующих профилю подготовки</li> </ul> </li> </ol>	Консультации у руководителя практики, анализ и обсуждение подготовленных материалов. Обсуждение индивидуальных заданий с руководителем практики.

Итоговый этап	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Самостоятельный анализ итогов работы в ходе прохождения практики, написание и оформление отчетных материалов (презентация прилагается).</li> <li>• Оформление отчета по практике и его представление руководителю.</li> <li>• Публичная защита итогового отчета по практике.</li> </ul>	Итоговый отчет по практике: а) аналитические и творческие материалы; б) резюме-самоаттестация; в) отзыв руководителя практики от организации, г) совместный рабочий план проведения практики. Оценка: зачет
---------------	--	--

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

По окончании практики студент-практикант составляет письменный отчет и в семидневный срок сдает его вузовскому руководителю практики одновременно с отзывом, подписанным непосредственным руководителем практики от организации.

Перечень основных разделов отчета и необходимых документов, предоставляемых для итоговой аттестации:

1. Индивидуальное задание
2. Аналитические и творческие материалы
3. Резюме-самоаттестация.
4. Отзыв руководителя практики от организации.
5. Совместный рабочий план проведения практики.

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

По итогам практики студенту выставляется зачет на основании выполненного и защищенного отчета. Фонд оценочных средств представлен в Приложении.

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

Учебно-методическим обеспечением самостоятельной работы студентов на практике являются:

- нормативные документы, регламентирующие деятельность предприятия (организации), на котором проходит учебную практику студент;
- методические разработки для студентов, определяющие порядок прохождения и содержание учебной практики;
- формы внутренней отчетности, разрабатываемые на предприятии (организации) и инструкции по их заполнению.

### **Литература**

1. Чумиков, А. Н. Связи с общественностью и медиакоммуникации : учебное пособие для вузов / А. Н. Чумиков. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 199 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15991-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/520599> (дата обращения: 06.09.2023).
2. Чернов, А. В. Профессиональные творческие студии : учебное пособие для вузов / А. В. Чернов, М. В. Дворянова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство

- Юрайт, 2023. — 118 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12548-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/518270> (дата обращения: 06.09.2023).
3. Трищенко, Д. А. Копирайтинг : учебное пособие для вузов / Д. А. Трищенко, Е. Д. Трищенко. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 124 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15275-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/510131> (дата обращения: 06.09.2023).
  4. Трищенко, Д. А. Техника и технологии рекламного видео : учебник и практикум для вузов / Д. А. Трищенко. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 177 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11564-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/518406> (дата обращения: 06.09.2023).
  5. Баранова, Е. А. Конвергентная журналистика : учебное пособие для вузов / Е. А. Баранова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 156 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13584-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/511064> (дата обращения: 06.09.2023).
  6. Зельдович, Б. З. Медиаменеджмент : учебник для вузов / Б. З. Зельдович. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 293 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11729-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/518357> (дата обращения: 06.09.2023).
  7. Ерофеева, И. В. Психология медиатекста : учебник и практикум для вузов / И. В. Ерофеева. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 206 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12958-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/513763> (дата обращения: 06.09.2023).
  8. Ильченко, С. Н. Основы журналистской деятельности : учебник и практикум для вузов / С. Н. Ильченко. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 311 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-8263-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/512102> (дата обращения: 06.09.2023).
  9. Музыкант, В. Л. Основы интегрированных коммуникаций: теория и современные практики в 2 ч. Часть 2. SMM, рынок M&A : учебник и практикум для вузов /



- В. Л. Музыкант. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 507 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14314-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/512454> (дата обращения: 06.09.2023).
10. Литвина, Т. В. Дизайн новых медиа : учебник для вузов / Т. В. Литвина. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 181 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-10964-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/515503> (дата обращения: 06.09.2023).
11. Мясникова, М. А. Практика профессионального медиаобразования : учебное пособие для вузов / М. А. Мясникова. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 179 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-17659-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/533496> (дата обращения: 06.09.2023).
12. Куличкина, Г. В. Технологические основы социально-культурной деятельности. Масс-медиа : учебное пособие для вузов / Г. В. Куличкина. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 197 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-07954-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/516689> (дата обращения: 06.09.2023).
13. Иваницкий, В. Л. Основы бизнес-моделирования СМИ : учебное пособие для вузов / В. Л. Иваницкий. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 239 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08351-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/512575> (дата обращения: 06.09.2023).
14. Дзялошинский, И. М. Современный медиатекст. Особенности создания и функционирования : учебник для вузов / И. М. Дзялошинский, М. А. Пильгун. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 345 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11621-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/517871> (дата обращения: 06.09.2023).

**Перечень информационных технологий, используемых при проведении практики, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем**

**а) информационные технологии:**

Агентства новостей: Международное агентство Cable News Network (CNN) <https://edition.cnn.com>; CBS News <https://www.cbsnews.com>, Google News <https://news.google.com/?hl=ru&gl=RU&ceid=RU:ru>, Reuters <https://www.reuters.com>

Работа с RSS-подписками: RDF — RDF Site Summary (RSS 0.9 и 1.0) (сводка сайта с применением инфраструктуры описания ресурсов) используется для приложений, где требуется

RDF; RSS — Rich Site Summary (RSS 0.9x) (обогащённая сводка сайта) используется для простых публикаций; RSS2 -Really Simple Syndication (RSS 2.x) (очень простое приобретение информации) используется для публикаций общего назначения; Atom появился позже RSS и учел многие недостатки упомянутого формата, активно поддерживается многими компаниями и RSS агрегаторами.

Метапоисковые сервисы: Alta Vista ([www.altavista.com](http://www.altavista.com)), Infoseek ([www.infoseek.com](http://www.infoseek.com)), Lycos ([www.lycos.com](http://www.lycos.com)), российская система Рамблер ([www.rambler.ru](http://www.rambler.ru)) WebCrawler <http://www.webcrawler.com>

#### **информационные справочные системы:**

- ✓ ЭБС издательства «Лань»
- ✓ ЭБС «Университетская библиотека online»
- ✓ ЭБС «Юрайт»
- ✓ ЭБС «Znaniium» (СПО)
- ✓ ЭБ «Академия» (СПО)
- ✓ ЭБС «Консультант студента»

### **9. Материально-техническая база, необходимая для проведения практики**

Материально-техническая база, необходимая для проведения практики, обеспечивается профильными организациями.

## **10. Организация практики для обучающихся**

### **с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ) и инвалидов**

Практика для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ) и инвалидов проводится с учетом особенностей их психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья. Выбор мест прохождения практики для обучающихся с ОВЗ и инвалидов осуществляется с учетом состояния здоровья и требований по доступности для данных категорий обучающихся. При определении мест учебной практики для инвалидов лиц с ОВЗ учитываются рекомендации медико-социальной экспертизы, отраженные в индивидуальной программе реабилитации инвалида, относительно рекомендованных условий и видов труда.

### **11. Методические рекомендации по организации и прохождению практики**

Руководитель практики от кафедры осуществляет:

- консультирование студента и кураторство практики в соответствии с ее программой;
- разработку/контроль разработки индивидуальных заданий студента, в соответствии с содержанием индивидуального задания; контроль следования срокам практики и ее основному содержанию;
- методическую помощь студентам при выполнении ими индивидуальных заданий;

- оценку результатов исследований и практической работы практиканта.

## ПРИЛОЖЕНИЕ

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации

ФГБОУ ВО «Алтайский государственный университет»

Институт гуманитарных наук

## ОТЧЕТ

о прохождении учебной практики

Выполнил (а):  
студент(ка)

Группы \_\_\_\_\_  
ФИО (полностью)

Проверил:  
степень, звание ФИО (полностью)

\_\_\_\_\_  
(оценка)

\_\_\_\_\_  
(подпись)

Барнаул 202\_\_\_\_

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
ФГБОУ ВО «Алтайский государственный университет»  
Институт гуманитарных наук

**«Согласовано»**  
Руководитель практики  
от профильной организации \_\_\_\_\_  
«\_\_» \_\_\_\_\_ 202\_\_  
**«Утверждаю»**  
Зав.кафедрой МТРИСО  
\_\_\_\_\_  
«\_\_» \_\_\_\_\_ 202\_\_

**ИНДИВИДУАЛЬНОЕ ЗАДАНИЕ**  
**прохождения учебной профессионально-ознакомительной практики**

в \_\_\_\_\_  
(наименование организации)  
Ф.И.О.

обучающегося по программе высшего образования – программе  
бакалавриата  
по направлению подготовки 42.03.05 Медиакоммуникации  
профиль «Цифровая культура и медийное производство»

Период прохождения практики: с «\_\_» \_\_\_\_\_ 202\_\_ г. по «\_\_» \_\_\_\_\_ 202\_\_ г.

№ п/п	Наименование работы	Отметка о выполнении
		руководитель практики от организации
1.	Характеристика деятельности организации в части решения профессиональных задач.	
2.	Знакомство с информационными программными продуктами.	
3.	Работа с полем SMM/разработка медиапродукта/ведение аккаунта/наполняемость аккаунта контентом/создание продуктов	
4.	Разработка и реализация проекта направленного на решение профессиональных задач в области построения медиакоммуникаций для организации – базы практики.	

Руководитель практики от  
ФГБОУ ВО «АлтГУ», кафедра МТРИСО \_\_\_\_\_

**«Согласовано»**  
Руководитель практики  
от профильной организации \_\_\_\_\_  
« \_\_\_ » \_\_\_\_\_ 202\_\_  
**«Утверждаю»**  
Зав.кафедрой МТРИСО  
\_\_\_\_\_  
« \_\_\_ » \_\_\_\_\_ 202\_\_

### **Совместный рабочий план проведения практики**

ФИО студента \_\_\_\_\_

ФИО руководителя практики от образовательной организации  
\_\_\_\_\_

ФИО руководителя от предприятия (организации) \_\_\_\_\_

Сроки практики \_\_\_\_\_

Рабочий план (график) прохождения практики

№	Мероприятия	Сроки
1	Знакомство со структурой предприятия (организации) и Правилами внутреннего распорядка. Проведение инструктажа на рабочем месте по соблюдению техники безопасности.	
2	Прохождение практики в соответствии с заданием.	
3	Подготовка практики. Характеристики (отзыва) о прохождении	

Утверждено:

Руководитель практики от  
образовательной организации \_\_\_\_\_

**«Согласовано»**  
Руководитель практики  
от профильной организации \_\_\_\_\_  
« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 202 \_\_\_\_

**ОТЗЫВ**  
**прохождения практики от \_\_\_\_\_**

о результатах прохождения практики  
Ф.И.О. полностью  
обучающегося по направлению подготовки 42.03.05 Медиакоммуникации  
Период прохождения практики: \_\_\_\_\_

Выдан студенту/ке курса [фамилия имя отчество] в том, что он/она прошел/ла учебную практику на базе организации [полное наименование организации] в качестве [указать кого, например, специалиста по SMM, контент-менеджера, медиааналитика и т.д.]

В ходе прохождения данной практики студент применил основные теоретические и практические знания, полученные в рамках дисциплин ООП и апробировал их состоятельность в ходе самостоятельной деятельности в организации. Студент [фамилия имя отчество] в ходе практики продемонстрировал самостоятельность, инициативность, готовность к работе в коллективе и выполнению профессиональных обязанностей в рамках профессиональных компетенций, полученных в ходе учебы в университете и прохождения практики.

Результаты учебной практики [фамилия имя отчество] применяются/будут внедрены в деятельности организации [полное наименование организации].

*В отзыве можно указать и иные сведения на усмотрение руководителя практики от организации.*

Руководитель практики от организации \_\_\_\_\_ (ФИО)

М.П.

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
ФГБОУ ВО «Алтайский государственный университет»**

**Институт гуманитарных наук**

Утверждено:  
решением ученого совета  
Университета  
протокол № 4 от 26 июня 2023 г.

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ  
по учебной практике**

**Профессионально-ознакомительная практика**

**42.03.05 Медиакоммуникации**  
(код и наименование программы)

**«Цифровая культура и медийное производство»**  
(профиль подготовки)

**Очная**  
(форма обучения)

Барнаул 2023



## 1. Перечень компетенций, с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

Компетенция/контролируемые этапы	Показатели	Наименование оценочного средства
<b>Заключительный этап формирования компетенций</b>		
ОПК-2. Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах.	ОПК-2.1. Знает систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития; ОПК-2.2. Соблюдает принцип объективности в создаваемых медиапроектах и (или) медиапродуктах при освещении деятельности общественных и государственных институтов.	<i>Индивидуальное задание</i> <i>Отчет</i>
ОПК-4. Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности.	ОПК-4.1. Соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп; ОПК-4.2. Учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании медиапроектов и (или) медиапродуктов.	<i>Индивидуальное задание</i> <i>Отчет</i>
ОПК-6. Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности.	ОПК-6.1. Отбирает для осуществления профессиональной деятельности необходимое техническое оборудование и программное обеспечение; ОПК-6.2. Эксплуатирует современные стационарные и мобильные цифровые устройства на всех этапах создания медиапроекта и (или) медиапродукта	<i>Индивидуальное задание</i> <i>Отчет</i>

<p>ПК-1. Способен осуществлять маркетинговые исследования в области СМИ</p>	<p>ПК-1.1 Знает: маркетинговые технологии; основные способы сбора, обработки, анализа и наглядного представления информации;          ПК-1.2. Умеет: находить и анализировать необходимую информацию, применять количественные и качественные методы анализа; выявлять факторы, определяющие потребительский спрос на продукцию СМИ, существенные характеристики целевой аудитории потребителей составлять аналитические отчеты, проводить презентацию результатов маркетингового исследования;          ПК-1.3 Владеет навыками поиска статистической и аналитической информации, характеризующей ситуацию на рынке продукции СМИ; анализа имеющихся данных ситуации на рынке продукции СМИ; определения целевой аудитории потребителей продукции СМИ; контроля выполнения договора, приемки результатов маркетингового исследования. социологического опроса, иных работ и услуг, необходимых для анализа ситуации на рынке продукции СМИ.</p>	<p><i>Индивидуальное задание</i> <i>Отчет</i></p>
---	--	---

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

### 2.1 Оценивание индивидуальных заданий

4-балльная шкала (уровень освоения)	Показатели	Критерии
Зачтено (повышенный уровень)	1. Выполнение индивидуального задания в соответствии с программой; 2. Проявление самостоятельности при выполнении индивидуального задания;	Индивидуальное задание выполнено в полном объеме, студент проявил высокий уровень самостоятельности и творческий подход к его выполнению.
Зачтено (базовый уровень)	3. Грамотное оформление индивидуального задания в дневнике практики; 4. Использование теоретических знаний при выполнении задания.	Индивидуальное задание выполнено в полном объеме, имеются отдельные недостатки в оформлении представленного материала.
Зачтено (пороговый уровень)		Задание в целом выполнено, однако имеются недостатки при выполнении в ходе практики отдельных разделов (частей) задания, имеются замечания по оформлению собранного материала.

Не зачтено  
(уровень не  
сформирован)

Задание выполнено лишь частично,  
имеются много численные замечания по  
оформлению собранного материала.

## 2.2 Оценивание защиты отчета

4-балльная шкала (уровень освоения)	Показатели	Критерии
Отлично (повышен- ный уровень)	1. Соответствие содержания отчета требованиям программы практики; 2. Структурированность и полнота собранного материала; 3. Полнота устного выступления, правильность ответов на вопросы при защите; 4. Грамотность оформления отчета	При защите отчета студент продемонстрировал глубокие и системные знания, полученные при прохождении практики, свободно оперировал данными исследования и внес обоснованные предложения. Студент правильно и грамотно ответил на поставленные вопросы. Студент получил положительный отзыв от руководителя
Хорошо (базовый уровень)		При защите отчета студент показал глубокие знания, полученные при прохождении практики, свободно оперировал данными исследования. В отчете были допущены ошибки, которые носят несущественный характер. Студент ответил на поставленные вопросы, но допустил некоторые ошибки, которые при наводящих вопросах были исправлены. Студент получил положительный отзыв от руководителя
Удовлетворительно (пороговый уровень)		Отчет имеет поверхностный анализ собранного материала, нечеткую последовательность его изложения материала. Студент при защите отчета по практике не дал полных и аргументированных ответов на заданные вопросы. В отзыве руководителя имеются существенные замечания.
Неудовлетворительно (уровень не сформирован)		Отчет не имеет детализированного анализа собранного материала и не отвечает установленным требованиям. Студент затрудняется ответить на поставленные вопросы или допускает в ответах принципиальные ошибки. В отзыве руководителя имеются существенные критические замечания.

### 3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки планируемых результатов обучения по практике, характеризующие этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

## Перечень заданий

1. Характеристика деятельности организации:
  - изучить организационно-управленческую структуру организации, ознакомиться с действующими инструкциями и положениями, регламентирующими коммуникационную/медийную деятельность организации;
  - изучить основные продукты и (или) услуги, выпускаемые (предоставляемые) данной организацией;
  - составить обзор коммуникативной деятельности организации (учреждения), функций и задач, которые ставятся перед отделом коммуникаций.
2. Анализ деятельности организации:
  - Ознакомление с организационной и производственной структурой предприятия/организации; изучение структуры взаимодействия отдела по коммуникациям с подразделениями организации (административные, функциональные связи)
    - Изучение структуры взаимодействия отдела по коммуникациям с подразделениями организации (административные, функциональные связи). Углубленное знакомство с организацией работы отдела по коммуникациям. Направления деятельности отдела по коммуникациям. Разработка критериев и оценка коммуникационной деятельности компании.
    - Изучение функциональных обязанностей специалиста по медиа. Участие в разработке печатных информационных материалов Участие студента в подготовке, аудиовизуальных произведений, макетов полиграфической продукции, рекламных брифов, сценариев раскраски, зарисовки, SMM продвижения.

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

Аттестация по итогам практики проводится на основании оформленного в соответствии с установленными требованиями письменного отчета студента и отзыва руководителя практики от организации. По итогам аттестации выставляется зачет.

#### Порядок оценивания результатов обучения по практике

<i>Оценка руководителя практики от организации</i>	<i>Защита отчета</i>	<i>Итоговая сумма баллов</i>
Выставляется руководителем практики от организации на основании выполнения практикантом поставленных задач.	Оценивается уровень подготовки отчета, аккуратность его заполнения, а также грамотность при защите выполненной практики	Итоговая оценка складывается из оценок выставленных руководителем практики от организации, а также на основании выполненного и защищенного отчета по итогам практики

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
ФГБОУ ВО «Алтайский государственный университет»**

**Институт гуманитарных наук**

Утверждено:  
решением ученого совета Универси-  
тета  
протокол № 4 от 26 июня 2023 г.

**ПРОГРАММА  
производственной практики**

**Профессионально-творческая практика**

**42.03.05 Медиакоммуникации**  
(код и наименование программы)

**«Цифровая культура и медийное производство»**  
(профиль подготовки)

**Очная**  
(форма обучения)

Барнаул 2023

Составитель:  
к. филол. н., доцент Е.В. Валюлина

### **Визирование программы для исполнения в очередном учебном году**

Программа практик одобрена для исполнения в 2021 - 2023 учебном году на заседании ученого совета института массовых коммуникаций, филологии и политологии, протокол № 5 от «22» июня 2021г.

#### **Внесены следующие изменения и дополнения:**

Скорректированы формулировки компетенций в соответствии с Приказом Минобрнауки России "О внесении изменений в федеральные государственные образовательные стандарты" № 1456 от 26.11.2020 (зарегистрировано Минюстом России 27мая 2021 г.).

### **Визирование программы для исполнения в очередном учебном году**

Программа практик одобрена для исполнения в 2023 - 2024 учебном году на заседании ученого совета института гуманитарных наук, протокол № 5 от «22» июня 2023г.

#### **Внесены следующие изменения и дополнения:**

Скорректирована формулировка компетенции, в том числе в учебном плане и индикаторах, в соответствии с Приказом Минобрнауки России № 208 от 27 февраля 2023 г. «О внесении изменений в федеральные государственные образовательные стандарты».

## 1. Вид практики, способы и формы ее проведения

**Вид практики:** производственная

**Тип практики:** профессионально-творческая

**Способ проведения практики** – стационарный, выездной, практика проводится в структурных подразделениях АлтГУ или в профильных организациях, расположенных как на территории города Барнаула, так и за его пределами.

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

## 2. Перечень результатов обучения при прохождении практики, соотнесённых с планируемыми результатами освоения ОПОП планируемых

Целями производственной практики по направлению подготовки 42.03.05 Медиакоммуникации, являются закрепление и углубление теоретических знаний, полученных студентами за время обучения в АлтГУ, приобретение ими практических навыков и компетенций, а также опыта самостоятельной профессиональной деятельности.

Практика проводится в крупных компаниях, являющихся лидерами коммуникационного и медийного рынка России, и осуществляющих деятельность по профилю подготовки обучающихся, содержание которой соответствует профессиональным компетенциям, осваиваемым в рамках ОП.

В результате прохождения данной практики обучающийся должен овладеть следующими профессиональными компетенциями: УК-1, ОПК-2, ОПК-4, ОПК-5, ОПК-7, ПК-1; ПК-2

### 2.1. Универсальные компетенции выпускников и индикаторы их достижения

Категория (группа) универсальных компетенций	Код и наименование универсальной компетенции	Код и наименование индикатора достижения универсальной компетенции
--	--	--

Системное и критическое мышление.	УК-1. Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач.	УК-1.1. Знает основные теоретико- методологические положения системного подхода как научной и философской категории; УК-1.2. Осуществляет поиск информации для решения поставленной задачи по различным типам запросов; УК-1.3. Сопоставляет разные источники информации с целью выявления их противоречий и поиска достоверных суждений; УК-1.4. Анализирует информацию и предлагает возможные варианты решения поставленной задачи, оценивая их достоинства и недостатки.
-----------------------------------	---	--

## 2.2. Общепрофессиональные компетенции выпускников и индикаторы их достижения

Категория (группа) общепрофессиональных компетенций	Код и наименование общепрофессиональных компетенций (ОПК)	Код и наименование индикатора достижения общепрофессиональной компетенции
Общество и государство	ОПК-2. Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах.	ОПК-2.1. Знает систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития; ОПК-2.2. Соблюдает принцип объективности в создаваемых медиапроектах и (или) медиапродуктах при освещении деятельности общественных и государственных институтов.
Аудитория	ОПК-4. Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности.	ОПК-4.1. Соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп; ОПК-4.2. Учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании медиапроектов и (или) медиапродуктов.



<p>Медиакоммуникационная система.</p>	<p>ОПК-5 Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования.</p>	<p>ОПК-5.1. Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях; ОПК-5.2. Осуществляет свои профессиональные действия с учетом механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы.</p>
<p>Эффекты</p>	<p>ОПК-7. Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности.</p>	<p>ОПК-7.1. Знает цеховые принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности; ОПК-7.2. Осуществляет поиск корректных творческих приемов при сборе, обработке и распространении информации в соответствии с общепринятыми стандартами и законами в области средств массовой информации.</p>

### 2.3 Профессиональные компетенции выпускников и индикаторы их достижения в выбранных типах задач профессиональной деятельности выпускников

<p>Типы задач профессиональной деятельности (указывается выбранная область)</p>	<p>Код и наименование профессиональной компетенции</p>	<p>Код и наименование индикатора достижения профессиональной компетенции</p>
---	--	--

<p><b>Организационный</b> Организация и управление маркетинговыми исследованиями с целью продвижения продукции СМИ с учетом тенденций развития цифровой культуры и медийного производства</p>	<p>ПК-1. Способен осуществлять маркетинговые исследования в области СМИ</p>	<p>ПК-1.1 Знает: маркетинговые технологии; основные способы сбора, обработки, анализа и наглядного представления информации;</p> <p>ПК-1.2. Умеет: находить и анализировать необходимую информацию, применять количественные и качественные методы анализа; выявлять факторы, определяющие потребительский спрос на продукцию СМИ, существенные характеристики целевой аудитории потребителей составлять аналитические отчеты, проводить презентацию результатов маркетингового исследования;</p> <p>ПК-1.3 Владеет навыками поиска статистической и аналитической информации, характеризующей ситуацию на рынке продукции СМИ; анализа имеющихся данных ситуации на рынке продукции СМИ; определения целевой аудитории потребителей продукции СМИ; контроля выполнения договора, приемки результатов маркетингового исследования. Социологического опроса, иных работ и услуг, необходимых для анализа ситуации на рынке продукции СМИ.</p>
	<p>ПК-2: Способен разрабатывать и представлять маркетинговые стратегии для продвижения продукции СМИ с учетом тенденций развития цифровой культуры и медийного производства.</p>	<p>ПК-2.1 Знает маркетинговые технологии и технологии бренд-менеджмента; технологии сегментирования рынка, позиционирования продуктов и компаний, оценки конкурентоспособности продуктов и конкурентов; организацию системы сбыта и товародвижения, планирования оптовых и розничных продаж;</p> <p>ПК-2.2 Умеет разрабатывать концептуальные и стратегические документы в области маркетинга; интегрировать различные средства продвижения в комплекс маркетинговых коммуникаций; осуществлять планирование мероприятий по продвижению продукции, планирование расходов на их проведение;</p> <p>ПК-2.3 Владеет: навыками разработки концепции продвижения продукции СМИ, формирования коммуникационных целей и маркетинговых стратегий; выбора маркетинговых технологий и инструментов для донесения до потребителя необходимой информации.</p>

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

Производственная, профессионально-творческая практика относится к Блоку Б2.О.02.01(П) «Практики».

Для прохождения практики студенты должны владеть базовыми знаниями по дисциплинам: «Деловое общение: риторика и письмо», «Проектный менеджмент», «Разработка и запуск медиапроекта», «Компьютерные технологии в массмедиа», «Методика и техника медиаисследований», «Правовое регулирование СМИ и рекламной деятельности», «Медиапсихология», «Медиадизайн», «Медиааналитика», «Структура и индустрия медиасреды», «Трансмедийные технологии», «Основы медиа», «Теория и практика массовой информации», «Речевая культура специалиста в области медиакоммуникаций», «Городское пространство и медиа», «Digital-стратегии», «Проектная деятельность в медиасфере», «Актуальные проблемы исследований медиа», «Контент: создание и продвижение», «Теория и практика медиакоммуникаций», «Создание и администрирование сайтов», «Продвижение в социальных медиа (SMM)», «Интернет-маркетинг», «Практика исследований медиа-аудитории», «Организация медиапроизводства», «Креативные решения в медиакоммуникациях», а также предыдущих видов учебной практики.

### **4. Объем практики**

Общая трудоемкость производственной профессионально-творческой практики составляет 15 зачетных единицы, 540 часа, из них: 4 семестр- 9 зачетных единиц, 324 часа, 6 семестр - 6 зачетных единиц, 216 часов.

Данный объем практики составляет: 4 недели в 4 семестре, 4 недели в 6 семестре, которые отражены в графике учебного процесса. Форма контроля – зачет с оценкой.

### **5. Порядок организации и содержание практики**

Производственная практика направлена на закрепление и углубление знаний студентов об их будущей профессии, развитие полученных ранее навыков работы по направлению подготовки. Полнота и степень детализации этих задач регламентируется в индивидуальном задании применительно к особенностям и возможностям конкретной базы практики, а также с учетом интересов будущего трудоустройства студентов.

<b>Разделы (этапы) практики</b>	<b>Виды работы на практике, включающая самостоятельную работу студентов</b>	<b>Формы текущего контроля</b>

<p>Подготовительный этап</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Установочная конференция о задачах производственной практики: общий инструктаж, инструктаж по использованию форм рабочих и отчетных документов, инструктаж по технике безопасности.</li> <li>2. Организационная работа по распределению студентов по базам практики.</li> <li>3. Выдача студентам форм рабочих и отчетных документов по практике.</li> <li>4. Встреча студентов с руководителями практики, обсуждение и утверждение заданий практикантов.</li> </ol>	<p>Отметки в ведомостях опрохождении студентами инструктажа, о получении форм рабочих и отчетных документов для производственной практики.</p>
<p>Прохождение практики на предприятии (основной этап)</p>	<p><b>Выполнение индивидуального задания: 4 семестр</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Анализ медийной деятельности организации, изучить конкурентов, соц медиа и площадки организации, изучить основные продукты (или) услуги, выпускаемые (предоставляемые) данной организацией, провести аудит и выявить эффективность деятельности организации.</li> <li>2. Принять участие в разработке информационных и развлекательных медиапродуктов, адресованных различным аудиторным группам, материалов, направленных на продвижение товаров, идей, рекламируемых в интерактивной форме с привлечением технических и программных средств, а также посредством социальных обменов в электронных сетях передачи данных.</li> <li>3. Продуктов при прохождении практики должно быть не менее 5 шт. (ведение соц сетей/составление постов/изготовление</li> </ol>	<p>Консультации у руководителя практики, анализ и обсуждение подготовленных материалов. Обсуждение индивидуальных заданий с руководителем практики.</p>

	<p>инфографики/картинки/РИЛС и тд – не считается полноценным продуктом).</p> <p><b>6 семестр:</b></p> <p>1. Анализ медийной деятельности организации, изучить основные продукты и (или) услуги, выпускаемые (предоставляемые) данной организацией, провести конкурентный анализ деятельности организации.</p> <p>2. Самостоятельно разработать медиапродукты, адресованные различным аудиторным группам, материалы, направленные на продвижение товаров, идей, рекламируемых в интерактивной форме с привлечением технических и программных средств, а также посредством социальных обменов в электронных сетях передачи данных.</p> <p>Продуктов при прохождении практики должно быть не менее 10 шт. ведение соц сетей/составление постов/изготовление инфографики/картинки/РИЛС и тд – не считается полноценным продуктом).</p>	
Итоговый этап	<p>Самостоятельный анализ итогов работы в ходе учебной практики, написание и оформление отчетных материалов.</p> <p>Оформление отчета по практике и его представление руководителю.</p> <p>Защита итогового отчета по практике.</p>	<p>Итоговый отчет по практике должен включать в себя:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Индивидуальное задание</li> <li>2. Аналитические и творческие материалы;</li> <li>3. Резюме-самоаттестация;</li> <li>4. Отзыв руководителя практики от организации;</li> <li>5. Совместный рабочий план проведения практики</li> <li>6. Оценка: Зачет.</li> </ol>

## 6. Формы отчетности по практике

По окончании производственной практики студент- практикант составляет письменный отчет и в пятидневный срок сдает его вузовскому руководителю практики одновременно с отзывом и всем пакетом документов, подписанным непосредственным руководителем практики от организации.

Перечень основных разделов отчета и необходимых документов, предоставляемых для итоговой аттестации:

1. Индивидуальное задание
2. Аналитические и творческие материалы.
2. Резюме-самоаттестация.
3. Отзыв руководителя практики от организации.
4. Совместный рабочий план проведения практики.

В отчете отражаются:

- место и время прохождения практики;
- краткое изложение содержания и выполнения программы и индивидуального задания;
- последовательность прохождения практики, перечень работ, выполненных в ходе практики;
- описание практических задач, решаемых студентом за время прохождения практики;
- анализ наиболее сложных и характерных случаев, изученных студентом;
- указания на затруднения, которые возникли при прохождении практики;
- описание навыков, приобретенных за время практики;
- какую помощь оказывали студенту руководители практики;
- предложения по организации труда на соответствующем участке работы. Отчет.

Аналитические и творческие материалы являются развернутой содержательной характеристикой полученных сведений, рефлексией студента по поводу полученной информации, иными словами, имеют концептуальный характер, отражают точку зрения наблюдателя, исследователя, содержат конкретный анализ, конкретные продукты, которые были подготовлены во время прохождения практики. Здесь же прилагаются составленные лично студентом разработки творческого характера, планы предлагаемых мероприятий, заявленные во время практики идеи и проекты с указанием ожидаемых результатов и эффектов. В отчете демонстрируются скриншоты с материалами, указывающими на подтверждение анализа, продуктов, все представлено в цветовом решении, которое закреплено за продуктом.

Резюме-самоаттестация представляет собой результат рефлексии практиканта по поводу собственной деятельности во время практики. Студент защищает свой отчет на кафедре. По итогам практики на кафедре проводится аттестационная конференция, где студенты и преподаватели совместно обсуждают все организационные и содержательные проблемы пройденной практики, высказывают критические замечания, выступают с предложениями по оптимизации учебно-производственного процесса, знакомятся с лучшими отчетами, представляют публичную защиту своих отчетов.

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

По итогам практики студенту выставляется зачет на основании выполненного и защищенного отчета. Фонд оценочных средств представлен в Приложении.

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

Учебно-методическим обеспечением самостоятельной работы студентов на производственной профессионально-творческой практике являются: нормативные документы, регламентирующие деятельность предприятия (организации), на котором проходит практику студент; методические разработки для студентов, определяющие порядок прохождения и содержание производственной практики; формы внутренней отчетности, разрабатываемые на предприятии (организации) и инструкции по их заполнению.

### **Литература**

1. Чумиков, А. Н. Связи с общественностью и медиакоммуникации : учебное пособие для вузов / А. Н. Чумиков. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 199 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15991-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/520599> (дата обращения: 06.09.2023).
2. Чернов, А. В. Профессиональные творческие студии : учебное пособие для вузов / А. В. Чернов, М. В. Дворянова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 118 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12548-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/518270> (дата обращения: 06.09.2023).
3. Трищенко, Д. А. Копирайтинг : учебное пособие для вузов / Д. А. Трищенко, Е. Д. Трищенко. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 124 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15275-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/510131> (дата обращения: 06.09.2023).
4. Трищенко, Д. А. Техника и технологии рекламного видео : учебник и практикум для вузов / Д. А. Трищенко. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 177 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11564-2. — Текст : электронный // Образовательная

- платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/518406> (дата обращения: 06.09.2023).
5. Баранова, Е. А. Конвергентная журналистика : учебное пособие для вузов / Е. А. Баранова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 156 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13584-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/511064> (дата обращения: 06.09.2023).
  6. Зельдович, Б. З. Медиаменеджмент : учебник для вузов / Б. З. Зельдович. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 293 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11729-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/518357> (дата обращения: 06.09.2023).
  7. Ерофеева, И. В. Психология медиатекста : учебник и практикум для вузов / И. В. Ерофеева. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 206 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12958-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/513763> (дата обращения: 06.09.2023).
  8. Ильченко, С. Н. Основы журналистской деятельности : учебник и практикум для вузов / С. Н. Ильченко. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 311 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-8263-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/512102> (дата обращения: 06.09.2023).
  9. Музыкант, В. Л. Основы интегрированных коммуникаций: теория и современные практики в 2 ч. Часть 2. SMM, рынок M&A : учебник и практикум для вузов / В. Л. Музыкант. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 507 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14314-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/512454> (дата обращения: 06.09.2023).
  10. Литвина, Т. В. Дизайн новых медиа : учебник для вузов / Т. В. Литвина. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 181 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-10964-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/515503> (дата обращения: 06.09.2023).



11. Мясникова, М. А. Практика профессионального медиаобразования : учебное пособие для вузов / М. А. Мясникова. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 179 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-17659-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/533496> (дата обращения: 06.09.2023).
12. Куличкина, Г. В. Технологические основы социально-культурной деятельности. Масс-медиа : учебное пособие для вузов / Г. В. Куличкина. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 197 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-07954-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/516689> (дата обращения: 06.09.2023).
13. Иваницкий, В. Л. Основы бизнес-моделирования СМИ : учебное пособие для вузов / В. Л. Иваницкий. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 239 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08351-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/512575> (дата обращения: 06.09.2023).
14. Дзялошинский, И. М. Современный медиатекст. Особенности создания и функционирования : учебник для вузов / И. М. Дзялошинский, М. А. Пильгун. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 345 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11621-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/517871> (дата обращения: 06.09.2023).

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

### **а) информационные технологии:**

Агентства новостей: Международное агентство Cable News Network (CNN) <https://edition.cnn.com>; CBS News <https://www.cbsnews.com>, Google News <https://news.google.com/?hl=ru&gl=RU&ceid=RU:ru>, Reuters <https://www.reuters.com>

Работа с RSS-подписками: RDF — RDF Site Summary (RSS 0.9 и 1.0) (сводка сайта с применением инфраструктуры описания ресурсов) используется для приложений, где требуется

RDF; RSS — Rich Site Summary (RSS 0.9x) (обогащённая сводка сайта) используется для простых публикаций; RSS2 -Really Simple Syndication (RSS 2.x) (очень простое приобретение информации) используется для публикаций общего назначения; Atom появился позже

RSS и учел многие недостатки упомянутого формата, активно поддерживается многими компаниями и RSS агрегаторами.

Метапоисковые сервисы: Alta Vista ([www.altavista.com](http://www.altavista.com)), Infoseek ([www.infoseek.com](http://www.infoseek.com)), Lycos ([www.lycos.com](http://www.lycos.com)), российская система Рамблер ([www.rambler.ru](http://www.rambler.ru)) WebCrawler <http://www.webcrawler.com>

#### **Информационные справочные системы:**

- ✓ ЭБС издательства «Лань»
- ✓ ЭБС «Университетская библиотека online»
- ✓ ЭБС «Юрайт»
- ✓ ЭБС «Znanium» (СПО)
- ✓ ЭБ «Академия» (СПО)
- ✓ ЭБС «Консультант студента»

#### **10. Перечень информационных технологий, используемых при проведении практики, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем**

Прохождение производственной профессионально-творческой практики предполагает использование:

- электронно-библиотечных систем для самостоятельного изучения научной учебно-методической литературы;
- справочно-правовых систем Консультант + и Гарант для формирования
- правового обеспечения производственной деятельности;
- информационных систем для сбора, хранения и обработки статистической и ведомственной информации.

#### **11. Материально-техническая база, необходимая для проведения практики**

Материально-техническая база, необходимая для проведения практики, обеспечивается профильными организациями.

#### **12. Организация практики для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ) и инвалидов**

Практика для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ) и инвалидов проводится с учетом особенностей их психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья. Выбор мест прохождения практики для обучающихся с ОВЗ и инвалидов осуществляется с учетом состояния здоровья и требований по доступности

для данных категорий обучающихся. При определении мест учебной практики для инвалидов и лиц с ОВЗ учитываются рекомендации медико-социальной экспертизы, отраженные в индивидуальной программе реабилитации инвалида, относительно рекомендованных условий видов труда.

### **13. Методические рекомендации по организации и прохождению практики**

Руководитель практики от кафедры осуществляет: - консультирование студента и кураторство практики в соответствии с ее программой; - разработку/контроль разработки индивидуальных заданий студента, в соответствии с содержанием индивидуального задания; - контроль следования срокам практики и ее основному содержанию; - методическую помощь студентам при выполнении ими индивидуальных заданий; - оценку результатов исследования практической работы практиканта.

## ПРИЛОЖЕНИЕ

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации

ФГБОУ ВО «Алтайский государственный университет»

Институт гуманитарных наук

## ОТЧЕТ

о прохождении производственной практики

Выполнил (а):  
студент(ка)

Группы \_\_\_\_\_  
ФИО (полностью)

Проверил:  
степень, звание ФИО (полностью)

\_\_\_\_\_  
(оценка)

\_\_\_\_\_  
(подпись)

Барнаул 202\_\_\_\_

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
ФГБОУ ВО «Алтайский государственный университет»  
Институт гуманитарных наук

**«Согласовано»**  
Руководитель практики  
от профильной организации \_\_\_\_\_  
«\_\_» \_\_\_\_\_ 202\_\_  
**«Утверждаю»**  
Зав.кафедрой МТРИСО  
\_\_\_\_\_  
«\_\_» \_\_\_\_\_ 202\_\_

**ИНДИВИДУАЛЬНОЕ ЗАДАНИЕ**  
прохождения производственной \_\_\_\_\_ практики  
в \_\_\_\_\_  
(наименование организации)  
Ф.И.О.

обучающегося по программе высшего образования – программе  
бакалавриата  
по направлению подготовки 42.03.05 Медиакоммуникации  
профиль «Цифровая культура и медийное производство»

Период прохождения практики: с «\_\_» \_\_\_\_\_ 202\_\_ г. по «\_\_» \_\_\_\_\_ 202\_\_ г.

№ п/п	Наименование работы	Отметка о выполнении
		руководитель практики от организации
1.	Характеристика деятельности организации в части решения профессиональных задач.	
2.	Знакомство с информационными и программными продуктами.	
3.	Работа с полем SMM/разработка медиапродукта/ведение аккаунта/наполняемость аккаунта контентом/создание продуктов	
4.	Разработка и реализация проектанправленного на решение профессиональных задач в области построения медиакоммуникаций для организации – базы практики.	

Руководитель практики от  
ФГБОУ ВО «АлтГУ», кафедра МТРИСО \_\_\_\_\_

**«Согласовано»**  
Руководитель практики  
от профильной организации \_\_\_\_\_  
«\_\_» \_\_\_\_\_ 202\_\_  
**«Утверждаю»**  
Зав.кафедрой МТРиСО  
\_\_\_\_\_  
«\_\_» \_\_\_\_\_ 202\_\_

### **Совместный рабочий план проведения практики**

ФИО студента \_\_\_\_\_

ФИО руководителя практики от образовательной организации  
\_\_\_\_\_

ФИО руководителя от предприятия (организации) \_\_\_\_\_

Сроки практики \_\_\_\_\_

Рабочий план (график) прохождения практики

№	Мероприятия	Сроки
1	Знакомство со структурой предприятия (организации) и Правилами внутреннего распорядка. Проведение инструктажа на рабочем месте по соблюдению техники безопасности.	
2	Прохождение практики в соответствии с заданием.	
3	Подготовка практики. Характеристики (отзыва) о прохождении	

Утверждено:

Руководитель практики от  
образовательной организации \_\_\_\_\_

**«Согласовано»**  
Руководитель практики  
от профильной организации \_\_\_\_\_  
« \_\_\_ » \_\_\_\_\_ 202\_\_

**ОТЗЫВ**  
прохождения практики от \_\_\_\_\_

о результатах прохождения практики

Ф.И.О. полностью  
обучающегося по направлению подготовки 42.03.05 Медиакоммуникации  
Период прохождения практики: \_\_\_\_\_

Выдан студенту/ке курса [фамилия имя отчество] в том, что он/она прошел/ла производственную практику на базе организации [полное наименование организации] в качестве [указать кого, например, специалиста по SMM, контент-менеджера, медиааналитика и т.д.]

В ходе прохождения данной практики студент применил основные теоретические и практические знания, полученные в рамках дисциплин ООП и апробировал их состоятельность в ходе самостоятельной деятельности в организации. Студент [фамилия имя отчество] в ходе практики продемонстрировал самостоятельность, инициативность, готовность к работе в коллективе и выполнению профессиональных обязанностей в рамках профессиональных компетенций, полученных в ходе учебы в университете и прохождения практики.

Результаты производственной практики [фамилия имя отчество] применяются/будут внедрены в деятельности организации [полное наименование организации].

*В отзыве можно указать и иные сведения на усмотрение руководителя практики от организации.*

Руководитель практики от организации \_\_\_\_\_ (ФИО)

М.П.

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

**ФГБОУ ВО «Алтайский государственный университет»**

**Институт гуманитарных наук**

Утверждено:  
решением ученого совета Университета  
протокол № 4 от 26 июня 2023 г.

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ  
по производственной практике**

**Профессионально-творческая практика**

**42.03.05 Медиакоммуникации**  
(код и наименование программы)

**«Цифровая культура и медийное производство»**  
(профиль подготовки)

**Очная**  
(форма обучения)

Барнаул 2023



## 1. Перечень компетенций, с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

Компетенция/контролируемые этапы	Показатели	Наименование оценочного средства
<b>Заключительный этап формирования компетенций</b>		
ОПК-2. Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах.	ОПК-2.1. Знает систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития; ОПК-2.2. Соблюдает принцип объективности в создаваемых медиапроектах и (или) медиапродуктах при освещении деятельности общественных и государственных институтов.	<i>Индивидуальное задание Отчет</i>
ОПК-4. Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории профессиональной деятельности.	ОПК-4.1. Соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп; ОПК-4.2. Учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании медиапроектов и (или) медиапродуктов.	<i>Индивидуальное задание Отчет</i>
ОПК-5. Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов функционирования, правовых и этических норм регулирования.	ОПК-5.1. Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях; ОПК-5.2. Осуществляет свои профессиональные действия с учетом механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы.	<i>Индивидуальное задание Отчет</i>
ОПК-7. Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности.	ОПК-7.1. Знает цеховые принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности; ОПК-7.2. Осуществляет поиск корректных творческих приемов при сборе, обработке и распространении информации в соответствии с общепринятыми стандартами и законами в области средств массовой информации.	<i>Индивидуальное задание Отчет</i>
ПК-1. Способен осуществлять маркетинговые исследования в области СМИ	ПК-1.1. Знает: маркетинговые технологии; основные способы сбора, обработки, анализа и наглядного представления информации; ПК-1.2. Умеет: находить и анализировать необходимую информацию, применять количественные и качественные методы анализа; выявлять факторы,	<i>Индивидуальное задание Отчет</i>

	<p>определяющие потребительский спрос на продукцию СМИ, существенные характеристики целевой аудитории потребителей составлять аналитические отчеты, проводить презентацию результатов маркетингового исследования;</p> <p>ПК-1.3 Владеет навыками поиска статистической и аналитической информации, характеризующей ситуацию на рынке продукции СМИ; анализа имеющихся данных ситуации на рынке продукции СМИ; определения целевой аудитории потребителей продукции СМИ; контроля выполнения договора, приемки результатов маркетингового исследования. социологического опроса, иных работ и услуг, необходимых для анализа ситуации на рынке продукции СМИ.</p>	
<p>ПК-2: Способен разрабатывать и представлять маркетинговые стратегии для продвижения продукции СМИ с учетом тенденций развития цифровой культуры и медийного производства.</p>	<p>ПК-2.1 Знает маркетинговые технологии и технологии бренд-менеджмента; технологии сегментирования рынка, позиционирования продуктов и компаний, оценки конкурентоспособности продуктов и конкурентов; организацию системы сбыта и товародвижения, планирования оптовых и розничных продаж;</p> <p>ПК-2.2 Умеет разрабатывать концептуальные и стратегические документы в области маркетинга; интегрировать различные средства продвижения в комплекс маркетинговых коммуникаций; осуществлять планирование мероприятий по продвижению продукции, планированию расходов на их проведение;</p> <p>ПК-2.3 Владеет: навыками разработки концепции продвижения продукции СМИ, формирования коммуникационных целей и маркетинговых стратегий; выбора маркетинговых технологий и инструментов для донесения до потребителя необходимой информации.</p>	<p><i>Индивидуальное задание</i> <i>Отчет</i></p>

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

### 2.1 Оценивание индивидуальных заданий

4-балльная шкала (уровень освоения)	Показатели	Критерии
-------------------------------------	------------	----------

Зачтено (повышенный уровень)	<p>1.Выполнение индивидуального задания в соответствии с программой;</p> <p>2.Проявление самостоятельности при выполнении индивидуального задания;</p> <p>3.Грамотное оформление индивидуального задания</p> <p>4.Использование теоретических знаний при выполнении задания.</p>	Индивидуальное задание выполнено в полном объеме, студент проявил высокий уровень самостоятельности и творческий подход к его выполнению.
Зачтено (базовый уровень)		Индивидуальное задание выполнено в полном объеме, имеются отдельные недостатки в оформлении представленного материала.
Зачтено (пороговый уровень)		Задание в целом выполнено, однако имеются недостатки при выполнении в ходе практики отдельных разделов (частей) задания, имеются замечания по оформлению собранного материала.
Не зачтено (уровень не сформирован)		Задание выполнено лишь частично, имеются много численные замечания по оформлению собранного материала.

## 2.2 Оценивание защиты отчета

4-балльная шкала (уровень освоения)	Показатели	Критерии
Отлично (повышенный уровень)	<p>1. Соответствие содержания отчета требованиям программы практики;</p> <p>2. Структурированность и полнота собранного материала;</p> <p>3. Полнота устного выступления, правильность ответов на вопросы при защите;</p> <p>4. Грамотность оформления отчета</p>	<p>При защите отчета студент продемонстрировал глубокие и системные знания, полученные при прохождении практики, свободно оперировал данными исследования и внес обоснованные предложения. Студент правильно и грамотно ответил на поставленные вопросы.</p> <p>Студент получил положительный отзыв от руководителя</p>
Хорошо (базовый уровень)		<p>При защите отчета студент показал глубокие знания, полученные при прохождении практики, свободно оперировал данными исследования. В отчете были допущены ошибки, которые носят несущественный характер. Студент ответил на поставленные вопросы, но допустил некоторые ошибки, которые при наводящих вопросах были исправлены. Студент получил положительный отзыв от руководителя</p>

Удовлетворительно (пороговый уровень)		Отчет имеет поверхностный анализ собранного материала, нечеткую последовательность его изложения материала. Студент при защите отчета по практике не дал полных и аргументированных ответов на заданные вопросы. В отзыве руководителя имеются существенные замечания.
Неудовлетворительно (уровень не сформирован)		Отчет не имеет детализированного анализа собранного материала и не отвечает установленным требованиям. Студент затрудняется ответить на поставленные вопросы или допускает в ответах принципиальные ошибки. В отзыве руководителя имеются существенные критические замечания.

### 3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки планируемых результатов обучения по практике, характеризующие этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

#### Перечень заданий

4 семестр

1. Анализ медийной деятельности организации: изучить организационно- управленческую структуру, изучить основные продукты и (или) услуги, выпускаемые (предоставляемые) данной организацией, провести аудит медиаактивности организации. Анализ конкурентов организации, описание площадок организации и их конкурентов (скриншоты должны быть представлены в отчете).

2. Принять участие в разработке информационных и развлекательных материалов медиа, адресованных различным аудиторным группам, материалов, направленных на продвижение организации/услуги/товара и тд с привлечением технических и программных средств, а также посредством социальных обменов в электронных сетях передачи данных, изучить каналы для продвижения. Разработка медиапродуктов ()

6 семестр:

1. Анализ коммуникационной деятельности организации: изучить организационно- управленческую структуру, нормативно-правовое обеспечение деятельности организации, ознакомиться с действующими инструкциями и положениями, регламентирующими коммуникационную организацию, изучить основные продукты и (или) услуги, выпускаемые (предоставляемые) данной организацией, провести аудит коммуникационной деятельности организации.

2. Самостоятельно разработать информационные и развлекательные материалы медиа, адресованные различным аудиторным группам, материалы, направленные на продвижение товаров, идей, рекламируемых в интерактивной форме с привлечением технических и программных средств, а также посредством социальных обменов в электронных сетях передачи данных. Самостоятельно разработать медиапродукты, адресованные различным аудиторным группам, материалы, направленные на продвижение товаров, идей, рекламируемых в интерактивной форме с привлечением технических и программных средств, а также посредством социальных обменов в электронных сетях передачи данных. Продуктов при прохождении практики должно быть не менее 10 шт. ведение соц сетей/составление постов/изготовление инфографики/картинки/РИЛС и тд – не считается полноценным продуктом).

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

Аттестация по итогам практики проводится на основании оформленного в соответствии с установленными требованиями письменного отчета студента и отзыва руководителя практики от организации. По итогам аттестации выставляется зачет.

**Порядок оценивания результатов обучения по практике**

<i>Оценка руководителя практики от организации</i>	<i>Защита отчета</i>	<i>Итоговая сумма баллов</i>
Выставляется руководителем практики от организации на основании выполнения практикантом поставленных задач.	Оценивается уровень подготовки отчета, аккуратность его заполнения, а также грамотность при защите выполненной практики	Итоговая оценка складывается из оценок выставленных руководителем практики от организации, а также на основании выполненного и защищенного отчета по итогам практики

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
ФГБОУ ВО «Алтайский государственный университет»**

**Институт гуманитарных наук**

Утверждено:  
решением ученого совета Университета  
протокол № 4 от 26 июня 2023 г.

**ПРОГРАММА  
производственной практики**

**Преддипломная практика**

**42.03.05 Медиакоммуникации**  
(код и наименование программы)

**«Цифровая культура и медийное производство»**  
(профиль подготовки)

**Очная**  
(форма обучения)

Барнаул 2023

Составитель:

к. филол. н., доцент кафедры медиакоммуникаций, технологий рекламы и связей с общественностью Е.В. Валюлина

## 1. Вид практики, способы и формы ее проведения

**Вид практики:** производственная

**Тип практики:** преддипломная

**Способ проведения практики** – стационарный, выездной, практика проводится в структурных подразделениях АлтГУ или в профильных организациях, расположенных на территории города Барнаула, так и за его пределами.

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

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

Преддипломная практика для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов проводится с учетом особенностей их психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья.

## 2. Перечень планируемых результатов обучения при прохождении практики, соотнесенных с планируемыми результатами освоения ОПОП

Производственная преддипломная практика является завершающим практическим этапом подготовки обучающихся к самостоятельной работе в сфере профессиональной деятельности и реализуется после прохождения ими учебной и предыдущих производственных практик.

Целями преддипломной практики является закрепление и углубление теоретических знаний, приобретение практических навыков и компетенций, опыта самостоятельной профессиональной деятельности.

Во время преддипломной практики обучающиеся собирают необходимые материалы для выполнения выпускной квалификационной работы.

В результате прохождения данной практики обучающийся должен овладеть следующими универсальными и профессиональными компетенциями: УК-1, ОПК-2, ОПК-4, ОПК-5, ОПК-6, ОПК-7, ПК-1, ПК-2, ПК-3, ПК-4.

### 2.1. Общепрофессиональные компетенции выпускников и индикаторы их достижения

Категория (группа) общепрофессиональных компетенций	Код и наименование общепрофессиональных компетенций (ОПК)	Код и наименование индикатора достижения общепрофессиональной компетенции
---	---	---



Общество и государство	ОПК-2. Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах.	ОПК-2.1. Знает систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития; ОПК-2.2. Соблюдает принцип объективности в создаваемых медиапроектах и (или) медиапродуктах при освещении деятельности общественных и государственных институтов.
Аудитория	ОПК-4. Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности.	ОПК-4.1. Соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп; ОПК-4.2. Учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании медиапроектов и (или) медиапродуктов.
Медиакоммуникационная система.	ОПК-5. Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования.	ОПК-5.1. Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях; ОПК-5.2. Осуществляет свои профессиональные действия с учетом механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы.
Технологии	ОПК-6. Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности	ОПК-6.1. Отбирает для осуществления профессиональной деятельности необходимое техническое оборудование и программное обеспечение; ОПК-6.2. Эксплуатирует современные стационарные и мобильные цифровые устройства на всех этапах создания медиапроекта и (или) медиапродукта.
Эффекты	ОПК-7. Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности.	ОПК-7.1. Знает цеховые принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности; ОПК-7.2. Осуществляет поиск корректных творческих приемов при сборе, обработке и распространении информации в соответствии с общепринятыми стандартами и законами в области средств массовой информации.

## 2.2. Профессиональные компетенции выпускников и индикаторы их достижений в выбранных типах задач профессиональной деятельности выпускников

Типы задач профессиональной деятельности (указывается выбранная область)	Код и наименование профессиональной компетенции	Код и наименование индикатора достижения профессиональной компетенции
---	---	---

<p><b>Организационный</b>          Организация и управление маркетинговыми исследованиями с целью продвижения продукции СМИ с учетом тенденций развития цифровой культуры и медийного производства</p>	<p>ПК-1. Способен осуществлять маркетинговые исследования в области СМИ</p>	<p>ПК-1.1 Знает: маркетинговые технологии; основные способы сбора, обработки, анализа и наглядного представления информации; ПК-1.2. Умеет: находить и анализировать необходимую информацию, применять количественные и качественные методы анализа; выявлять факторы, определяющие потребительский спрос на продукцию СМИ, существенные характеристики целевой аудитории потребителей составлять аналитические отчеты, проводить презентацию результатов маркетингового исследования;          ПК-1.3 Владеет навыками поиска статистической и аналитической информации, характеризующей ситуацию на рынке продукции СМИ; анализа имеющихся данных ситуации на рынке продукции СМИ; определения целевой аудитории потребителей продукции СМИ; контроля выполнения договора, приемки результатов маркетингового исследования. социологического опроса, иных работ и услуг, необходимых для анализа ситуации на рынке продукции СМИ.</p>
	<p>ПК-2: Способен разрабатывать и представлять маркетинговые стратегии для продвижения продукции СМИ с учетом тенденций развития цифровой культуры и медийного производства.</p>	<p>ПК-2.1 Знает маркетинговые технологии и технологии бренд-менеджмента; технологии сегментирования рынка, позиционирования продуктов и компаний, оценки конкурентоспособности продуктов и конкурентов; организацию системы сбыта и товародвижения, планирования оптовых и розничных продаж;          ПК-2.2 Умеет разрабатывать концептуальные и стратегические документы в области маркетинга; интегрировать различные средства продвижения в комплекс маркетинговых коммуникаций; осуществлять планирование мероприятий по продвижению продукции, планирование расходов на их проведение;          ПК-2.3 Владеет: навыками разработки концепции продвижения продукции СМИ, формирования коммуникационных целей и маркетинговых стратегий; выбора маркетинговых технологий и инструментов для донесения до потребителя необходимой информации.</p>

<p><b>Проектный</b> Создание и продвижение медиапроекта на всех этапах его жизненного цикла.</p>	<p>ПК-3: способен разрабатывать и продвигать медиапроект на всех этапах его жизненного цикла.</p>	<p>ПК-3.1. Знает технологии разработки, реализации и продвижения медиапроектов; особенности современной цифровой культуры и медийного производства; ПК-3.2. Умеет разрабатывать концептуальные и стратегические документы по созданию, реализации и продвижению медиапроектов; использовать современные ИКТ, в том числе интернеттехнологии и специализированные программные продукты для разработки и продвижения медиапроектов; ПК-3.3. Владеет навыками разработки концепции создания, реализации и продвижения медиапроектов с учетом особенностей цифровой культуры и медийного производства; навыками представления проектов решений по продвижению продукции СМИ руководству организации.</p>
<p><b>Технологический</b> Применение современных мультимедийных технологий в производственном процессе выпуска медиапроекта и (или) медиапродукта.</p>	<p>ПК-4. Способен применять мультимедийные в производственном процессе выпуска медиапроекта и (или) медиапродукта с учетом тенденций развития цифровой культуры и медийного производства.</p>	<p>ПК-4.1. Знает содержание и способы применения современных мультимедийных технологий для производства медиапроектов и (или) медиапродуктов; ПК-4.2. Умеет осуществлять выбор эффективных мультимедийных технологий для производства медиапроектов и (или) медиапродуктов с учетом тенденций развития цифровой культуры; ПК-4.3 Владеет навыками применения современных мультимедийных технологий в процессе производства медиапроекта и (или) медиапродукта.</p>

### 3. Место практики в структуре образовательной программы

Производственная, преддипломная практика относится к Блоку Б2.О.02.02(Пд) «Практики».

Для прохождения практики студенты должны владеть базовыми знаниями дисциплинам: «Деловое общение: риторика и письмо», «Проектный менеджмент», «Разработка и запуск медиапроекта», «Компьютерные технологии в массмедиа», «Методика и техника медиаисследований», «Правовое регулирование СМИ и рекламной деятельности», «Медиапсихология», «Медиадизайн», «Медиааналитика», «Структура и индустрия медиасреды», «Трансмедийные технологии», «Основы медиа», «Теория и практика массовой информации», «Речевая культура специалиста в области медиакоммуникаций», «Городское пространство и медиа», «Digital-стратегии», «Проектная деятельность в медиасфере», «Актуальные проблемы исследований медиа», «Контент: создание и продвижение», «Теория и практика медиакоммуникаций», «Создание и администрирование сайтов», «Продвижение в социальных медиа (SMM)», «Интернет-маркетинг», «Практика исследований медиа-аудитории», «Организация медиапроизводства», «Креативные решения в медиакоммуникациях», а также предыдущих видов учебной практики.

Преддипломная практика непосредственно ориентирована на сбор эмпирического материала в рамках подготовки и написания ВКР, профессионально -практическую подготовку обучающихся для приобретения ими специфических профессиональных навыков, практического опыта и отражения этого опыта в содержании ВКР.

#### 4. Объем практики

Общая трудоемкость производственной преддипломной практики составляет 12 зачетных единиц, 432 часа. Данный объем практики составляет 4 недели в 8 семестре, которые отражены в графике учебного процесса. По результатам преддипломной практики для направления подготовки 42.03.05 Медиакоммуникации, профиль «Цифровая культура и медийное производство» предусмотрен зачет с оценкой.

#### 5. Содержание практики

Содержание преддипломной практики определяется требованиями к составу организационных и образовательных задач, которые необходимо выполнить выпускнику за время прохождения практики.

Разделы (этапы) практики	Виды работы на практике, включая самостоятельную работу студентов	Формы текущего контроля
Подготовительный этап	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Установочная конференция о задачах преддипломной практики: инструктаж по использованию форм рабочих и отчетных документов.</li> <li>2. Организационная работа по распределению студентов по базам практики.</li> <li>3. Выдача студентам форм рабочих и отчетных документов по практике.</li> <li>4. Встреча студентов с руководителями практики, обсуждение разработки плана выполнения индивидуального задания по практике.</li> </ol>	Отметки ополучении форм рабочих и отчетных документов для преддипломной практики.
Производственный этап	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Согласование с руководителями практики от кафедры и организации индивидуального задания на период прохождения практики;</li> <li>2. Разработка плана реализации индивидуального задания;</li> <li>3. Выполнение индивидуального задания.</li> </ol>	Обсуждение индивидуальных заданий с руководителем практики от организации. Консультации у руководителя практики, анализ и обсуждение подготовленных материалов.

Итоговый этап	1. Самостоятельный анализ итогов работы в ходе преддипломной практики, написание и оформление отчетных материалов. 2. Оформление отчета по практике и его представление руководителю. 3. Защита итогового отчета по практике.	Итоговый отчет по практике: Аналитические и творческие материалы практики Медийные продукты резюме-самоаттестация; отзыв руководителя практики от организации. Совместный рабочий план проведения практики Оценка: зачет
---------------	---	--

## 5. Формы отчетности по практике

После окончания преддипломной практики студент обязан предоставить на кафедру итоговый отчет в течении 5 дней по завершению практики, включающий:

а) Аналитические полные материалы, включающие в себя анализ коммуникационных площадок организации, SWOT анализ, анализ конкурентов, площадок конкурентов/продуктов (все сопровождается скриншотами и в цветовом решении).

Творческие материалы, которые должны содержать в себе конкретные продукты/продукт/проект (в соответствии с требованиями к готовому продукту ВКР), а также информационные и программные продукты исходя их потребностей аудитории (пакет информационных материалов: печатные материалы, аудиовизуальные произведения, макеты полиграфической продукции, рекламные брифы, сценарии раскадровки, зарисовки, эскизы, технические задания на производство контента, публикации в социальных сетях, на тематических и корпоративных ресурсах, медиапланы;

- б) резюме-самоаттестация;
- в) отзыв руководителя практики от организации;
- г) совместный рабочий план проведения практики
- д) индивидуальный план прохождения практик

Резюме-самоаттестация представляет собой результат рефлексии практиканта по поводу собственной деятельности во время практики.

Отзыв должен содержать оценку руководителя практики от организации результатов преддипломной практики выпускника, проявленных им деловых качеств, его навыков и умений, отношения к работе, а также оценку предлагаемых выпускником рекомендаций выпускной квалификационной работе (см. Приложение).

Студент защищает свой отчет на кафедре (презентация обязательна!). По итогам практики на кафедре проводится аттестационная конференция, где студенты и преподаватели совместно обсуждают все организационные и содержательные проблемы пройденной практики, высказывают критические замечания, выступают с предложениями по оптимизации учебно-производственного процесса, знакомятся с лучшими отчетами.

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

По итогам практики обучающемуся выставляется зачет на основании выполненного и защищенного отчета. Фонд оценочных средств представлен в Приложении.

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

### **Литература**

1. Чумиков, А. Н. Связи с общественностью и медиакоммуникации : учебное пособие для вузов / А. Н. Чумиков. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 199 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15991-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/520599> (дата обращения: 06.09.2023).
2. Чернов, А. В. Профессиональные творческие студии : учебное пособие для вузов / А. В. Чернов, М. В. Дворянова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 118 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12548-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/518270> (дата обращения: 06.09.2023).
3. Трищенко, Д. А. Копирайтинг : учебное пособие для вузов / Д. А. Трищенко, Е. Д. Трищенко. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 124 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15275-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/510131> (дата обращения: 06.09.2023).
4. Трищенко, Д. А. Техника и технологии рекламного видео : учебник и практикум для вузов / Д. А. Трищенко. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 177 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11564-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/518406> (дата обращения: 06.09.2023).
5. Баранова, Е. А. Конвергентная журналистика : учебное пособие для вузов / Е. А. Баранова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 156 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13584-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/511064> (дата обращения: 06.09.2023).

6. Зельдович, Б. З. Медиаменеджмент : учебник для вузов / Б. З. Зельдович. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 293 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11729-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/518357> (дата обращения: 06.09.2023).
7. Ерофеева, И. В. Психология медиатекста : учебник и практикум для вузов / И. В. Ерофеева. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 206 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12958-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/513763> (дата обращения: 06.09.2023).
8. Ильченко, С. Н. Основы журналистской деятельности : учебник и практикум для вузов / С. Н. Ильченко. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 311 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-8263-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/512102> (дата обращения: 06.09.2023).
9. Музыкант, В. Л. Основы интегрированных коммуникаций: теория и современные практики в 2 ч. Часть 2. SMM, рынок M&A : учебник и практикум для вузов / В. Л. Музыкант. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 507 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14314-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/512454> (дата обращения: 06.09.2023).
10. Литвина, Т. В. Дизайн новых медиа : учебник для вузов / Т. В. Литвина. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 181 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-10964-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/515503> (дата обращения: 06.09.2023).
11. Мясникова, М. А. Практика профессионального медиаобразования : учебное пособие для вузов / М. А. Мясникова. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 179 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-17659-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/533496> (дата обращения: 06.09.2023).
12. Куличкина, Г. В. Технологические основы социально-культурной деятельности. Масс-медиа : учебное пособие для вузов / Г. В. Куличкина. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 197 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-

- 07954-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/516689> (дата обращения: 06.09.2023).
13. Иваницкий, В. Л. Основы бизнес-моделирования СМИ : учебное пособие для вузов / В. Л. Иваницкий. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 239 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08351-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/512575> (дата обращения: 06.09.2023).
14. Дзялошинский, И. М. Современный медиатекст. Особенности создания и функционирования : учебник для вузов / И. М. Дзялошинский, М. А. Пильгун. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 345 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11621-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/517871> (дата обращения: 06.09.2023).

#### **Ресурсы сети «Интернет»:**

[www.mediascope.ru](http://www.mediascope.ru) – портал научных исследований и методик журналистского образования «Медиаскоп»

[www.nat.ru](http://www.nat.ru) – Национальная ассоциация телерадиовещателей [www.gipp.ru](http://www.gipp.ru) – Гильдия издателей периодической печати [www.gdf.ru](http://www.gdf.ru) – Фонд защиты гласности

[www.inion.ru](http://www.inion.ru) – Базы данных ИНИОН [www.gipp.ru](http://www.gipp.ru) – Союз издателей [www.rbc.ru](http://www.rbc.ru) – «РосБизнесКонсалтинг»

#### **Перечень информационных технологий, используемых при проведении практики, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем**

##### **а) информационные технологии:**

Агентства новостей: Международное агентство Cable News Network (CNN) <https://edition.cnn.com>; CBS News <https://www.cbsnews.com>, Google News <https://news.google.com/?hl=ru&gl=RU&ceid=RU:ru>, Reuters <https://www.reuters.com>

Работа с RSS-подписками: RDF — RDF Site Summary (RSS 0.9 и 1.0) (сводка сайта с применением инфраструктуры описания ресурсов) используется для приложений, где требуется

RDF; RSS — Rich Site Summary (RSS 0.9x) (обогащённая сводка сайта) используется для простых публикаций; RSS2 -Really Simple Syndication (RSS 2.x) (очень простое приобретение информации) используется для публикаций общего назначения; Atom появился позже RSS и учел многие недостатки упомянутого формата, активно поддерживается многими компаниями и RSS агрегаторами.

Метапоисковые сервисы: Alta Vista ([www.altavista.com](http://www.altavista.com)), Infoseek ([www.infoseek.com](http://www.infoseek.com)), Lycos ([www.lycos.com](http://www.lycos.com)), российская система Рамблер ([www.rambler.ru](http://www.rambler.ru)) WebCrawler <http://www.webcrawler.com>



### **информационные справочные системы:**

- ✓ ЭБС издательства «Лань»
- ✓ ЭБС «Университетская библиотека online»
- ✓ ЭБС «Юрайт»
- ✓ ЭБС «Znanium» (СПО)
- ✓ ЭБ «Академия» (СПО)
- ✓ ЭБС «Консультант студента»

### **9. Материально-техническая база, необходимая для проведения практики**

Материально-техническая база, необходимая для проведения практики, обеспечивается профильными организациями.

### **10. Организация практики для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ) и инвалидов**

Практика для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ) и инвалидов проводится с учетом особенностей их психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья. Выбор мест прохождения практики для обучающихся с ОВЗ и инвалидов осуществляется с учетом состояния здоровья и требований по доступности для данных категорий обучающихся. При определении мест учебной практики для инвалидов и лиц с ОВЗ учитываются рекомендации медико-социальной экспертизы, отраженные в индивидуальной программе реабилитации инвалида, относительно рекомендованных условий и видов труда.

### **11. Методические рекомендации по организации и прохождению практики**

Руководитель практики от кафедры осуществляет: - консультирование студента и кураторство практики в соответствии с ее программой; - разработку/контроль разработки индивидуальных заданий студента, в соответствии с содержанием индивидуального задания; - контроль следования срокам практики и ее основному содержанию; - методическую помощь студентам при выполнении ими индивидуальных заданий; - оценку результатов исследований и практической работы практиканта.

## ПРИЛОЖЕНИЕ

### Образец плана прохождения производственной преддипломной практики

**«Согласовано»**  
Руководитель практики  
от профильной организации \_\_\_\_\_  
«\_\_» \_\_\_\_\_ 202\_\_  
**«Утверждаю»**  
Зав.кафедрой МТРИСО  
\_\_\_\_\_  
«\_\_» \_\_\_\_\_ 202\_\_

ФГБОУ ВО «Алтайский государственный университет»  
Институт гуманитарных наук  
Кафедра медиакоммуникаций, технологий рекламы и связей с общественностью

#### **ПЛАН** **прохождения производственной преддипломной практики**

В \_\_\_\_\_  
обучающегося по направлению подготовки **42.03.05 Медиакоммуникации**  
Период прохождения практики «\_\_» \_\_\_\_\_ 202\_\_ по «\_\_» \_\_\_\_\_ 202\_\_

<b>Наименование этапа с указанием мероприятий</b>	<b>Срок Проведения</b>	<b>Исполнитель</b>	<b>Отметка о выполнении</b>
<b>Подготовительный этап</b> Общее собрание студентов по практике, разработка плана преддипломной практики, разработка индивидуального задания	За месяц до начала практики	Дирекция/ выпускающая кафедра/ Руководитель ОПОП/ Руководитель практики	
<b>Основной этап</b> Анализ коммуникационной деятельности организации, характеристики ее площадок/конкурентов/выявление сильных и слабых сторон. Изучение вопросов, связанных с анализом предмета исследования ВКР. Выявление основных недостатков, связанных с предметом ВКР. Разработка и обоснование направлений совершенствования систем (процессов) в соответствии с предметом ВКР.	В течении-прохождения практики	Обучающийся	

<p><b>Заключительный этап</b>  Апробация (при возможности) предлагаемых направлений совершенствования в профильной организации. Написание отзыва о результатах преддипломной практики руководителем практики от организации.  Представление индивидуального задания с отметкой о выполнении и отзыва руководителя от организации о результатах прохождения практики руководителю практики от университета.</p>	<p>В течении прохождения практики</p>	<p>Руководитель практики от организации/  Обучающийся</p>	
--	---------------------------------------	---	--

Руководитель практики от ФГБОУ ВО «АлтГУ», кафедра МТРИСО

\_\_\_\_\_ (подпись)

\_\_\_\_\_ (ФИО)

## Образец индивидуального задания на производственную преддипломную практику

**«Согласовано»**  
Руководитель практики  
от профильной организации \_\_\_\_\_  
«\_\_» \_\_\_\_\_ 202\_\_  
**«Утверждаю»**  
Зав.кафедрой МТРИСО  
\_\_\_\_\_  
«\_\_» \_\_\_\_\_ 202\_\_

ФГБОУ ВО «Алтайский государственный университет»  
Институт гуманитарных наук  
Кафедра медиакоммуникаций, технологий рекламы и связей с общественностью  
**ИНДИВИДУАЛЬНОЕ ЗАДАНИЕ**  
для прохождения производственной преддипломной практики  
в \_\_\_\_\_  
**Ф.И.О. полностью.**  
обучающегося по направлению подготовки 42.03.05 Медиакоммуникации  
Период прохождения практики: \_\_\_\_\_

№ п/п	Наименование работы	Отметка о выполнении
		руководитель практики от организации
1.	Характеристика деятельности организации в части решения профессиональных задач.	
2.	Производство медийных/информационных и программных продуктов.	
3.	Разработка и реализация проекта выпускной квалификационной работы, направленной на решение профессиональных задач в области построения медиакоммуникаций для организации – базы практики.	

Руководитель практики от ФГБОУ ВО «АлтГУ»

\_\_\_\_\_  
(подпись)

\_\_\_\_\_  
(ФИО)

**Образец отзыва руководителя производственной преддипломной практики от организации**

**«Согласовано»**  
Руководитель практики  
от профильной организации \_\_\_\_\_  
« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 202\_\_

**ОТЗЫВ**  
**руководителя производственной преддипломной практики от**  
**о результатах прохождения производственной преддипломной практики**  
**обучающегося по направлению подготовки 42.03.05 Медиакоммуникации**

Период прохождения практики: \_\_\_\_\_

Выдан студенту курса [фамилия имя отчество] в том, что он (она) прошел преддипломную практику на базе организации [полное наименование организации] в качестве [указать кого, например, специалиста по медиакоммуникациям, контент-менеджером web-дизайнер/разработчик; медиа маркетолог; программист-разработчик; звуковой дизайнер; издатель; выпускающий дизайнер и др.]

В ходе прохождения практики студент применил основные положения, выработанные в выпускной квалификационной работе на тему [точное наименование темы] и апробировал их состоятельность в ходе самостоятельной деятельности в организации.

Студент [фамилия имя отчество] в ходе практики продемонстрировал самостоятельность, инициативность, готовность к работе в коллективе и выполнению профессиональных обязанностей в рамках профессиональных компетенций, полученных в ходе учебы в университете и прохождения практики.

Результаты дипломного исследования [фамилия имя отчество] применяются, будут внедрены в деятельности организации [полное наименование организации].

*В отзыве можно указать и иные сведения на усмотрение руководителя практики от организации.*

Руководитель практики от организации \_\_\_\_\_  
(ФИО)

(должность, уч. степень, уч. звание)

« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20 \_\_\_\_ г.  
М.П.

Министерство науки и высшего образования РФ  
ФГБОУ ВО «Алтайский государственный университет»

Институт гуманитарных наук  
Кафедра медиакоммуникаций, технологий рекламы и связей с общественностью

ОТЧЕТ  
о прохождении производственной преддипломной практики

Выполнил/а:

Студент/ка группы \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_  
ФИО (полностью)

\_\_\_\_\_  
(подпись)

Проверил:

\_\_\_\_\_  
степень, звание ФИО (полностью)

Отчет защищен:

\_\_\_\_\_  
(дата защиты)

\_\_\_\_\_  
(оценка)

\_\_\_\_\_  
(подпись)

Барнаул 202\_\_\_\_г.

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
ФГБОУ ВО «Алтайский государственный университет»**

**Институт гуманитарных наук**

Утверждено:  
решением ученого совета Университета  
протокол № 4 от 26 июня 2023 г.

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ  
по производственной практике**

**Преддипломная практика**

**42.03.05 Медиакоммуникации**  
(код и наименование программы)

**«Цифровая культура и медийное производство»**  
(профиль подготовки)

**Очная**  
(форма обучения)

Барнаул 2023

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

Компетенция/контролируемые этапы	Показатели	Наименование оценочного средства
<b>Заключительный этап формирования компетенций</b>		
ОПК-2. Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах.	ОПК-2.1. Знает систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития; ОПК-2.2. Соблюдает принцип объективности в создаваемых медиапроектах и (или) медиапродуктах при освещении деятельности общественных и государственных институтов.	<i>Индивидуальное задание Отчет</i>
ОПК-4. Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности.	ОПК-4.1. Соотносит социологические данные запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп; ОПК-4.2. Учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании медиапроектов и (или) медиапродуктов.	<i>Индивидуальное задание Отчет</i>
ОПК-5. Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования.	ОПК-5.1. Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях; ОПК-5.2. Осуществляет свои профессиональные действия с учетом механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы.	<i>Индивидуальное задание Отчет</i>
ОПК-6. Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности	ОПК-6.1. Отбирает для осуществления профессиональной деятельности необходимое техническое оборудование и программное обеспечение; ОПК-6.2. Эксплуатирует современные стационарные и мобильные цифровые устройства на всех этапах создания медиапроекта и (или) медиапродукта.	<i>Индивидуальное задание Отчет</i>
ОПК-7. Способен учитывать Эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности.	ОПК-7.1. Знает цеховые принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности;	<i>Индивидуальное задание Отчет</i>



	ОПК-7.2. Осуществляет поиск корректных творческих приемов при сборе, обработке и распространении информации в соответствии с общепринятыми стандартами и законами в области средств массовой информации.	
ПК-1. Способен осуществлять маркетинговые исследования в области СМИ	<p>ПК-1.1 Знает: маркетинговые технологии; основные способы сбора, обработки, анализа и наглядного представления информации;</p> <p>ПК-1.2. Умеет: находить и Анализировать необходимую информацию, применять количественные и качественные методы анализа; выявлять факторы, определяющие потребительский спрос на продукцию СМИ, существенные характеристики целевой аудитории потребителей составлять аналитические отчеты, проводить презентацию результатов маркетингового исследования;</p> <p>ПК-1.3 Владеет навыками поиска статистической и аналитической информации, характеризующей ситуацию на рынке продукции СМИ; анализа имеющихся Данных ситуации на рынке продукции СМИ; определения целевой аудитории потребителей продукции СМИ; контроля выполнения договора, приемки результатов маркетингового исследования. Социологического опроса, иных работ и услуг, необходимых для анализа ситуации на рынке продукции СМИ.</p>	<i>Индивидуальное задание Отчет</i>
ПК-2 Способен разрабатывать и представлять маркетинговую стратегию для продвижения продукции СМИ с учетом тенденций развития цифровой культуры и медийного производства.	<p>ПК-2.1 Знает маркетинговые технологии и технологии бренд-менеджмента; технологии сегментирования рынка, позиционирования продуктов и компаний, оценки конкурентоспособности продуктов и конкурентов; организацию системы сбыта и товародвижения, планирования оптовых и розничных продаж;</p> <p>ПК-2.2 Умеет разрабатывать концептуальные и стратегические документы в области маркетинга; интегрировать различные средства продвижения в комплекс маркетинговых коммуникаций; осуществлять планирование мероприятий по продвижению продукции, планирование расходов на их проведение;</p>	<i>Индивидуальное задание Отчет</i>

	ПК-2.3 Владеет: навыками разработки концепции продвижения продукции СМИ, формирования коммуникационных целей и маркетинговых стратегий; выбора маркетинговых технологий и инструментов для донесения до потребителя необходимой информации.	
ПК-3: способен разрабатывать и продвигать медиапроект на всех этапах его жизненного цикла.	<p>ПК-3.1. Знает технологии разработки, реализации и продвижения медиапроектов; особенности современной цифровой культуры и медийного производства;</p> <p>ПК-3.2. Умеет разрабатывать концептуальные и стратегические документы по созданию, реализации и продвижению медиапроектов; использовать современные ИКТ, в том числе интернет технологии и специализированные программные продукты для разработки и продвижения медиапроектов;</p> <p>ПК-3.3. Владеет навыками разработки концепции создания, реализации и продвижения медиапроектов с учетом особенностей цифровой культуры и медийного производства; навыками представления проектов решений по продвижению продукции СМИ руководству организации.</p>	<i>Индивидуальное задание Отчет</i>
ПК-4. Способен применять мультимедийные в производственном процессе выпуска медиапроекта и (или) медиапродукта с учетом тенденций развития цифровой культуры и медийного производства.	<p>ПК-4.1. Знает содержание и способы применения современных мультимедийных технологий для производства медиапроектов и (или) медиапродуктов;</p> <p>ПК-4.2. Умеет осуществлять выбор эффективных мультимедийных технологий для производства медиапроектов и (или) медиапродуктов с учетом тенденций развития цифровой культуры;</p> <p>ПК-4.3 Владеет навыками применения современных мультимедийных технологий в процессе производства медиапроекта и (или) медиапродукта.</p>	<i>Индивидуальное задание Отчет</i>

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

### 2.1 Оценивание выполнения индивидуальных заданий для защиты отчета

Компетенции обучающихся формируются в рамках следующих этапов:

**пороговый этап** – формирования компетенции предполагает приобретение обучающимися предметных знаний и умений, необходимых для выполнения конкретных профессиональных действий и задач;

**продвинутый этап** – формирует способность и готовность применять предметные знания и умения в практическом плане, использовать имеющиеся знания и умения для решения стандартных профессиональных задач и практических заданий;

**высокий этап** – позволяет актуализировать компетенцию в новых и нестандартных ситуациях, оценивать эффективность и качество имеющихся знаний, умений и навыков и выбирать наиболее эффективные, формирует мотивацию к саморазвитию и самообразованию.

4-балльная шкала (уровень освоения)	Показатели	Критерии
Отлично/зачтено/ повышенный уровень освоения компетенции	Собеседование по результатам прохождения практики; Проверка отчетной документации по практике (индивидуального задания, плана прохождения практики, отзыва руководителя преддипломной практики от организации); Содержание и оформление ВКР, наличие в ней результатов практического исследования.	Отчетные документы по практике выполнены без ошибок. Структура отчета соответствует рекомендуемой. Все положения отчета сформулированы правильно. В результате анализа выполненных заданий, сделаны правильные выводы. Отчет выполнен аккуратно. В процессе защиты отчета последовательно, четко и логически обучающийся стройно изложил его основные положения и грамотно ответил на вопросы собеседования. Обучаемый продемонстрировал: глубокие исчерпывающие знания и понимание программного материала; содержательные, полные, правильные и конкретные ответы на все вопросы, включая дополнительные, четко и логически стройно излагает свою позицию, умеет тесно увязывать теорию с практикой и выполненными задачами профессиональной деятельности.
Хорошо / зачтено/достаточный (базовый) уровень освоения компетенции		Выполнено 76-100% заданий, определенных программой практики. Обучаемый в ходе собеседования продемонстрировал: полное знание программного материала, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей. Учебные действия и умения сформированы в полном объеме, характеризуются осознанностью, но не отличаются обобщенностью и инициативностью;

<p>Удовлетворительно /зачтено/пороговый (допустимый) уровень освоения компетенции</p> <p>Неудовлетворительно (уровень не сформирован)</p>		<p>владеет основными умениями и навыками, но при ответе на вопросы по отчету по учебной практике допускает незначительные ошибки и неточности.</p> <p>Структура отчета соответствует рекомендуемой. Задания выполнены с отдельными погрешностями, что повлияло на качество анализа полученных результатов. В процессе защиты отчета последовательно, достаточно четко изложил основные его положения, но допустил отдельные неточности в ответах на вопросы.</p> <p>Выполнено 50-75% заданий.</p> <p>Обучаемый продемонстрировал: неправильные ответы на основные вопросы; ошибки в ответах при собеседовании; неуверенные и неточные ответы на дополнительные вопросы. Учебные действия и умения сформированы в неполном объеме, и недостаточной самостоятельностью со стороны обучающегося. Содержание отчета и дневника практики излагает поверхностно, при аргументации не дает должного обоснования; индивидуальное задание выполнено не в полном объеме; имеются значительные неточности в оформлении отчетной документации. Структура отчета не в полной мере соответствует рекомендуемой. Обучающийся выполнил отдельные задания (не более двух), опустив ошибки, неверно интерпретировал полученные результаты отдельных заданий. Небрежно подготовлен отчет о практике, испытывал затруднения при ответах на вопросы собеседования. Выполнено не менее 50% заданий, определенных программой практики.</p> <p>Студентом задание не выполнено.</p>
---	--	--

## 2.2 Оценивание защиты отчета

4-балльная шкала (уровень освоения)	Показатели	Критерии
Отлично (повышенный уровень)	<ol style="list-style-type: none"> <li>Соответствие содержания отчета требованиям программы практики;</li> <li>Структурированность и полнота собранного материала;</li> <li>Полнота устного выступления, правильность ответов на вопросы при защите;</li> </ol>	<p>При защите отчета студент продемонстрировал глубокие и системные знания, полученные при прохождении практики, свободно оперировал данными исследования и внес обоснованные предложения. Студент правильно и грамотно ответил на поставленные вопросы. Студент получил положительный отзыв от руководителя</p>

Хорошо (базовый уровень)	4. Грамотность оформления отчета	При защите отчета студент показал глубокие знания, полученные при прохождении практики, свободно оперировал данными исследования. В отчете были допущены ошибки, которые носят несущественный характер. Студент ответил на поставленные вопросы, но допустил некоторые ошибки, которые при наводящих вопросах были исправлены. Студент получил положительный отзыв от руководителя
Удовлетворительно (пороговый уровень)		Отчет имеет поверхностный анализ собранного материала, нечеткую последовательность его изложения материала. Студент при защите отчета по практике не дал полных и аргументированных ответов на заданные вопросы. В отзыве руководителя имеются существенные замечания.
Неудовлетворительно (уровень не сформирован)		Отчет не имеет детализированного анализа собранного материала и не отвечает установленным требованиям. Студент затрудняется ответить на поставленные вопросы или допускает в ответах принципиальные ошибки. В отзыве руководителя имеются существенные критические замечания.

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

*В результате прохождения производственной преддипломной практики обучающийся должен:*

- закрепить и углубить полученные во время обучения на кафедре теоретические знания;
- приобрести практические навыки и умения по избранному направлению подготовки, видам профессиональной деятельности;
- предложить пути совершенствования производственных и иных процессов, связанных стематикой его ВКР и индивидуального задания;
- подготовить результаты эмпирического исследования для внесения в текст ВКР.

Преддипломная практика обучающихся начинается с установочной конференции или методического занятия, которые проводятся в соответствии с приказом ректора и решают следующие задачи:

- довести требования приказа до всех обучающихся-практикантов;
- уточнить распределение обучающихся по группам и представить им руководителей;
- информировать обучающихся о целях и задачах преддипломной практики, особенно-

стях ее проведения и предъявляемых требованиях к отчетности по итогам преддипломной практики;

– распределить время групповых и индивидуальных консультативных мероприятий в ходе преддипломной практики;

– прослушать при необходимости обзорные лекции и консультации по тематике преддипломной практики.

Преддипломная практика завершается зачетом.

### Порядок оценивания результатов обучения по практике

<i>Оценка руководителя практики от организации</i>	<i>Защита отчета</i>	<i>Итоговая сумма баллов</i>
Выставляется руководителем практики от организации на основании выполнения практикантом поставленных задач.	Оценивается уровень подготовки отчета, аккуратность его заполнения, а также грамотность при защите выполненной практики	Итоговая оценка складывается из оценок выставленных руководителем практики от организации, а также на основании выполненного и защищенного отчета по итогам практики