

**Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение
высшего образования
«ФИНАНСОВЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ПРИ ПРАВИТЕЛЬСТВЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»
(Финансовый университет)
Ярославский филиал Финуниверситета**

**Кафедра «Государственное и муниципальное управление и
медиакоммуникации»**

СОГЛАСОВАНО
Генеральный директор АО
«Городской телеканал»



С.Н. Гончаров

«27» апреля 2022 г.

УТВЕРЖДЕНО
Директор Ярославского филиала
Финансового университета при
Правительстве Российской Федерации



В.А. Кваша

«17» мая 2022 г.

Автор: Шустина И.В., Колышкина Т.Б.

**ПРОГРАММА ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ:
ПРОФЕССИОНАЛЬНО-ТВОРЧЕСКОЙ ПРАКТИКИ (УПРАВЛЕНИЕ В
СФЕРЕ МЕДИА)**

для студентов, обучающихся по направлению подготовки
42.03.05 Медиакоммуникации,
профиль «Медиакоммуникации и медиатехнологии»
(очная форма обучения)

*Рекомендовано Ученым советом Ярославского филиала Финуниверситета
(протокол № 47 от 17.05.2022)*

*Одобрено кафедрой «Государственное и муниципальное управление и
медиакоммуникации» (протокол № 5 от 27.04.2022)*

Ярославль 2022

Содержание

1. Наименование вида и типов практики, способа и формы (форм) ее проведения	3
2. Цели и задачи практики	4
3. Перечень планируемых результатов освоения образовательной программы (перечень компетенций) с указанием индикаторов их достижения и планируемых результатов обучения при прохождении практики	4
4. Место практики в структуре образовательной программы	7
5. Объем практики в зачетных единицах и ее продолжительность в неделях либо в академических часах	8
6. Содержание практики	8
7. Формы отчетности по практике	9
8. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по практике	11
9. Перечень учебной литературы и ресурсов сети «Интернет», необходимых для проведения практики	14
10. Перечень информационных технологий, используемых при проведении производственной практики, включая перечень необходимого программного обеспечения и информационных справочных систем	17
11. Описание материально-технической базы, необходимой для проведения практики	18
Приложение 1	19
Приложение 2	20
Приложение 3	21
Приложение 4	22
Приложение 5	24
Приложение 6	25

1. Наименование вида и типов практики, способа и формы (форм) ее проведения

Вид практики: Производственная практика.

Тип производственной практики: профессионально-творческая практика (управление в сфере медиа).

Производственная практика является обязательным разделом образовательной программы высшего образования (ОП ВО) и представляет собой вид учебной деятельности, непосредственно направленной на формирование, закрепление и развитие практических навыков и компетенций в процессе выполнения определенных видов работ.

Программа производственной практики разработана с учетом следующих нормативно-методических документов:

- Образовательного стандарта ФГОС ВО «Медиакоммуникации» (утв. приказом от 8.07.2017 № 527);

- учебного плана по направлению подготовки 42.03.05 «Медиакоммуникации» (уровень бакалавриата), профиль «Медиакоммуникации и медиатехнологии»;

- календарного учебного графика подготовки по направлению подготовки «Медиакоммуникации» (уровень бакалавриата), профиль «Медиакоммуникации и медиатехнологии»;

- рабочих учебных программ по дисциплинам направления.

Программа определяет цель и задачи практики, требования к результатам практики, организацию, порядок проведения и содержание практики, а также отчетность по результатам ее прохождения.

Способы проведения практики: стационарная, выездная.

Стационарная практика проводится в организациях, расположенных в городе Ярославле, или в структурном подразделении Ярославского филиала Финансового университета.

Выездная практика проводится в организациях, расположенных вне города Ярославля.

Производственная практика проводится в организациях, соответствующих профилю программы бакалавриата (далее – профильная организация). Практика может быть проведена в структурных подразделениях Финансового университета.

Способы, содержание, порядок и сроки проведения практики регламентируются Положением, утвержденным приказом Финансового университета и программой практики, разработанной с учетом профиля образовательной программы.

Для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья выбор мест прохождения практик согласуется с их возможностями и доступностью для данной категории обучающихся.

Производственная практика проводится в организациях, с которыми Ярославским филиалом Финансового университета заключены соглашения (договоры), предусматривающие предоставление мест для прохождения практики.

Форма проведения практики. Практика проводится в следующих формах:

- непрерывно, путем выделения в календарном учебном графике непрерывного периода учебного времени для проведения всех видов практики, предусмотренных ОП ВО;
- дискретно – по видам практики, путем выделения в календарном учебном графике непрерывного периода учебного времени для проведения каждого вида практики.

2. Цели и задачи практики

Целью производственной практики является систематизация, обобщение и углубление теоретических знаний и умений, приобретенных студентами при освоении основной образовательной программы, формирование профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности в области медиакоммуникаций, опыта работы в коллективе, сбор и систематизация материалов для написания выпускной квалификационной работы.

Задачи производственной практики:

- закрепление теоретических знаний, полученных студентами в процессе обучения по направлению подготовки по направлению подготовки 42.03.05 «Медиакоммуникации», профиль «Медиакоммуникации и медиатехнологии»;
- получение практического опыта деятельности в области управления структурным подразделением медиакоммуникаций (базой практики) и технологий проектирования и разработки медиапродукта;
- получение навыков работы в подразделениях, реализующих специализированные функции в области медиакоммуникаций;
- получение опыта использования современных информационных технологий для решения задач профессиональной деятельности;
- получение и закрепление навыков работы с нормативными правовыми актами, методическими рекомендациями, регулирующими профессиональную деятельность;
- приобретение навыков самостоятельной научно-исследовательской работы, анализа и оценки результатов собственной научной деятельности;
- формирование навыков сбора, систематизации, обобщение материала для выполнения выпускной квалификационной работы;
- формирование и развитие навыков проведения научно-исследовательской работы.

3. Перечень планируемых результатов освоения образовательной программы (перечень компетенций) с указанием индикаторов их достижения и планируемых результатов обучения при прохождении практики

Производственная практика обеспечивает формирование следующих компетенций:

Таблица 1 – Структура планируемых результатов обучения по производственной практике: профессионально-творческой практике (управление в сфере медиа)

Код компетенции	Наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Результаты обучения (владения, умения и знания), соотнесенные с компетенциями / индикаторами достижения компетенций
УК-4	Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном (ых) языке (ах)	1. Использует информационно-коммуникативные ресурсы и технологии при поиске необходимой информации в процессе решения стандартных коммуникативных задач на государственном языке Российской Федерации	<i>Знает:</i> основные правила публичных выступлений, этические нормы общения с коллегами и партнерами <i>Умеет:</i> учитывать особенности социальных, этнических, конфессиональных, культурных различий аудитории для реализации взаимодействия между партнерами.
		2. Ведет деловую переписку, учитывая особенности официально-делового делового стиля и речевого этикета.	<i>Знает:</i> особенности делового стиля и требований речевого этикета. <i>Умеет:</i> владеет коммуникативными навыками подготовки медиатекстов, навыками ораторского искусства и публичных выступлений.
		3. Умеет вести деловые переговоры на государственном языке Российской Федерации.	<i>Знает:</i> специфику организации деловых переговоров. <i>Умеет:</i> организовывать и вести в деловые переговоры.
		4. Использует лексико-грамматические и стилистические ресурсы на государственном языке Российской Федерации в зависимости от решаемой коммуникативной, в том числе профессиональной, задачи.	<i>Знает:</i> лексико-грамматические и стилистические ресурсы русского языка. <i>Умеет:</i> добиваться профессиональных задач в ходе организации коммуникации с использованием всего лингвистического потенциала русского языка.
		5. Использует иностранный язык в межличностном общении и профессиональной деятельности, выбирая соответствующие вербальные и невербальные средства коммуникации.	<i>Знает:</i> особенностей вербальных и невербальных средств коммуникации. <i>Умеет:</i> организовать межличностное общение на иностранном языке с использованием вербальных и невербальных инструментов.
		6. Реализует на иностранном языке коммуникативные намерения устно и письменно, используя современные информационно-коммуникационные технологии.	<i>Знает:</i> современных информационно-коммуникативных технологий устного и письменного характера. <i>Умеет:</i> реализовать коммуникативные намерения в ходе вербальной и текстовой коммуникации на иностранном языке.
		7. Использует приемы	<i>Знает:</i> правил организации

		<p>публичной речи и делового и профессионального дискурса на иностранном языке.</p>	<p>профессионального дискурса на иностранном языке. <i>Умеет:</i> участвовать в профессиональном дискурсе на иностранном языке.</p>
		<p>8. Демонстрирует владения основами академической коммуникации и речевого этикета изучаемого иностранного языка.</p>	<p><i>Знает:</i> речевого этикета и специфики академической коммуникации на иностранном языке. <i>Умеет:</i> организовывать научно-академическую коммуникацию на иностранном языке.</p>
		<p>9. Умеет грамотно и эффективно пользоваться иноязычными источниками информации.</p>	<p><i>Знает:</i> специфики организации и реализации иностранных источников информации <i>Умеет:</i> использовать иностранные источники информации в коммуникативных целях.</p>
		<p>10. Продуцирует на иностранном языке письменные речевые произведения в соответствии с коммуникативной задачей.</p>	<p><i>Знает:</i> правила орфографии и грамматики иностранного языка, а также особенности организации текстовой речи. <i>Умеет:</i> добиваться целей в организации коммуникации на иностранном языке.</p>
ОПК-3	<p>Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов</p>	<p>1. Демонстрирует кругозор в сфере отечественного и мирового культурного процесса</p>	<p><i>Знает:</i> основные этапы развития человеческой цивилизации, значение культурных традиций, ценностей и норм в жизни человека и общества <i>Умеет:</i> определять влияние отечественной и мировой культуры на формирование и развитие медиакоммуникационной системы</p>
		<p>2. Учитывает достижения отечественной и мировой культуры, а также средства художественной выразительности в процессе создания медиатекстов и (или) иных коммуникационных продуктов.</p>	<p><i>Знает:</i> особенности влияния отечественной и мировой культуры на формирование и развитие медиакоммуникационной системы <i>Умеет:</i> использовать полученные знания для создания медиа- и коммуникационных продуктов</p>
ПК-2.	<p>Способен участвовать в проектной деятельности по созданию концепций медиапроектов и их реализации</p>	<p>1. Знает основы проектной деятельности по созданию концепций медиапроектов</p>	<p><i>Знает:</i> основные формы проектной документации, необходимой для создания продукта профессиональной деятельности <i>Умеет:</i> ставить цели и формулировать задачи, связанные с реализацией профессиональной деятельностью по управлению</p>

			проектами
		2. Умеет создавать концепции медиапроектов	<i>Знает:</i> современные концепции управления проектами <i>Умеет:</i> осуществлять разработку стратегических концепций и бизнес-планов проектов
		3. Владеет навыками реализации концепции медиапроектов	<i>Знает:</i> аналитические методы, связанные с принятием решения по проекту <i>Умеет:</i> составлять технические задания на разработку проектов и осуществлять контроль в ходе реализации проекта
ПК-3.	Способен создавать, обрабатывать, компоновать и осуществлять распространение (размещение) информации посредством использования соответствующих технических средств в различных средах и на различных носителях и платформах	1. Создает, обрабатывает, компоновывает информацию в различных средах и на различных носителях и платформах	<i>Знает:</i> методы, способы и средства создания и обработки информации <i>Умеет:</i> осуществлять комплексный подход к решению задач, самостоятельно формулировать проблему и предлагать обоснованный алгоритм ее решения
		2. Осуществляет распространение информации в различных средах и на различных носителях и платформах (размещение)	<i>Знает:</i> теоретические основы сетевых технологий, систему адресации в Интернете <i>Умеет:</i> профессионально грамотно использовать различные технологии в профессиональной деятельности при размещении информации в различных средах и на различных носителях.
		3. Отбирает релевантную информацию из доступных источников	<i>Знает:</i> сущность и значение информации в развитии современного информационного общества; опасности и угрозы, возникающие в этом процессе; <i>Умеет:</i> осуществлять отбор информации, оценивать ее достоверность, релевантность, актуальность.
		4. Использует соответствующие технические средства для создания, обработки, компоновки и распространения (размещения) информации для дальнейшего доведения её до аудитории	<i>Знает:</i> прикладное программное обеспечение для работы с информацией и медиаконтентом <i>Умеет:</i> использовать прикладные программы, обеспечивающие доступ и безопасную работу с информацией и медиаконтентом

4. Место практики в структуре образовательной программы

Производственная практика: профессионально-творческая практика (управление в сфере медиа) является обязательным этапом обучения и входит в блок Б.2 «Практика» образовательной программы по направлению

подготовки 42.03.05 Медиакоммуникации, профиль «Медиакоммуникации и медиатехнологии».

5. Объем практики в зачетных единицах и ее продолжительность в неделях либо в академических часах

Объем производственной практики: профессионально-творческой практики (управление в сфере медиа) в зачетных единицах – 6 з.е. (в академических часах – 216 часа);

Продолжительность производственной практики: профессионально-творческой практики (управление в сфере медиа) в неделях – 4 недели в 4 семестре.

Вид промежуточной аттестации – дифференцированный зачет в 4 семестре.

Конкретные даты начала производственной практики, закрепление студентов бакалавриата за базами практики, определяются приказом Ярославского филиала Финансового университета, производственная практика проводится в соответствии с календарным учебным графиком.

6. Содержание практики

За время прохождения производственной практики студенту необходимо выполнить следующие виды работ.

Таблица 2 – Содержание этапов производственной практики: профессионально-творческой практики (управление в сфере медиа)

Виды деятельности	Виды работ (в форме контактной работы, в форме самостоятельной работы)	Количество часов (недель)
I этап (ознакомительный) – получение первичной информации об организации (месте практики)	а) знакомство с местом прохождения практики с целью изучения выполняемых функций определенного структурного подразделения (места практики) организации, организацией и планированием его работы.	2
	б) планирование процесса прохождения практики, включая составление плана данного вида практики и утверждение графика практики	2
	в) знакомство с формами, методами и технологиями информационно-коммуникационного обеспечения деятельности, применяемыми в данной организации (структурном подразделении)	8
II этап (методологический) – направлен на углубленное изучение применяемых форм, методов и технологий производственной практики.	Студент-практикант по заданию руководителя практики работает с материалами, позволяющими понять процессы управления организацией, структурным подразделением (местом практики), изучает конкретные направления деятельности, существующие коммуникационные потоки, технологии взаимодействия с заказчиком и др.	70
III этап (исследовательский) включает непосредственное участие практиканта в работе организации (подразделения) -	На данном этапе студент-практикант самостоятельно проводит конкретные мероприятия по обеспечению управленческой деятельности организации, структурного	100

места практики: выполнение под руководством руководителя практики индивидуального задания.	подразделения (места практики).	
IV этап (аналитический) включает мероприятия по подготовке практиканта к аттестации по практике	Студент анализирует и систематизирует собранный в процессе практики материал, собирает отзывы о своей деятельности, пишет отчет о практике, готовится к аттестации.	30
Контактная работа		4ч
Итого		216 (4 нед.)

7. Формы отчетности по практике

Для руководства практикой приказом Ярославского филиала Финуниверситета назначаются руководитель (руководители) практики от филиала из числа лиц, относящихся к профессорско-преподавательскому составу, и руководитель практики из числа работников профильной организации – объекта практики.

Руководитель практики от Ярославского филиала Финуниверситета:

- осуществляет проведение консультаций обучающегося по вопросам выбора базы практики и ее прохождения;
- осуществляет разработку индивидуального задания для обучающегося, выполняемое в период практики;
- осуществляет взаимодействие с руководителем практики от профильной организации,
- участвует в составлении совместного рабочего графика (плана) проведения практики;
- участвует в распределении обучающихся совместно с руководителем практики от профильной организации по рабочим местам и видам работ в организации;
- осуществляет контроль за соблюдением сроков проведения практики, графика практики и соответствием ее содержания требованиям, установленным ОП ВО;
- оказывает методическую помощь обучающимся при выполнении ими индивидуальных заданий в ходе практики;
- осуществляет проверку отчета по практике, производит оценку результатов прохождения практики обучающимися.

Руководитель практики от профильной организации – объекта практики:

- составляет совместно с руководителем практики от Ярославского филиала Финуниверситета совместный рабочий график (план) проведения практики;
- согласовывает индивидуальные задания, содержание и планируемые результаты практики;
- предоставляет рабочие места обучающимся;
- обеспечивает безопасные условия прохождения практики обучающимся, отвечающие санитарным правилам и требованиям охраны труда;

- проводит инструктаж обучающихся по ознакомлению с требованиями охраны труда, техники безопасности, пожарной безопасности, а также правилами внутреннего трудового распорядка;

- составляет отзыв по результатам прохождения практики, подписывает дневник, совместный рабочий график (план) и отчет обучающегося.

В начале практики студент совместно с руководителем практики от профильной организации – базы практики составляют в соответствии с программой практики, положением о подразделении, где будет проходить практика, должностными регламентами совместный *рабочий график (план) практики*.

Совместный рабочий график (план) практики согласовывается и утверждается руководителем практики от профильной организации – базы практики и от Ярославского филиала Финуниверситета и подлежит неукоснительному выполнению в ходе практики.

Детализация изучаемых вопросов отражается в дневнике практики, где студент ежедневно фиксирует выполняемые им работы.

Требования, предъявляемые к содержанию отчета, исходят из того, что его автор должен владеть определенными навыками сбора и обработки фактического материала, уметь сформулировать определенные выводы.

В отчете о выполнении программы практики должны быть даны ответы на основные пункты всех разделов программы практики.

Структура отчета о выполнении программы производственной практики: профессионально-творческой практики (управление в сфере медиа):

- 1) Титульный лист. Подпись руководителя от профильной организации на титульном листе заверяется печатью организации (Приложение 1).

- 2) Лист инструктажа (Приложение 2).

- 3) Индивидуальное задание (Приложение 3).

- 4) Дневник практики (Приложение 4).

В период прохождения практики студент ведет дневник практики, в котором фиксируются выполняемые студентом виды работ. Дневник практики проверяется и подписывается руководителем от профильной организации.

- 5) Совместный рабочий график (план) производственной практики: профессионально-творческой практики (управление в сфере медиа) (Приложение 5).

- 6) Отзыв руководителя от профильной организации (Приложение 6).

По результатам прохождения практики руководителем от профильной организации составляется отзыв, в котором отражается характеристика деятельности обучающегося в период прохождения практики, а также степень освоения компетенций, предусмотренных программой практики. В отзыве дается дифференцированная оценка работы студента во время практики («отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно»). Отзыв оформляется на отдельном листе формата А4, заверяется подписью руководителя практики от профильной организации

и печатью организации.

7) Текстовая часть отчета по практике.

Текстовая часть отчета по производственной практике: профессионально-творческой практике (управление в сфере медиа) содержит введение, разделы в соответствии с п.6 программы практики и заключение, изложение результатов практической деятельности студента по видам выполняемых работ в соответствии с программой практики и графиком.

Во введении отражают цель, задачи, объект и предмет практики, теоретико-методологическую и информационную основы исследования.

В заключении должны быть сформулированы выводы по результатам прохождения практики.

8) Приложения.

Приложения, как правило, включают практические материалы, отражающие содержание практики, например:

- краткая история организации;
- профиль (основные направления) работы и основные показатели деятельности организации;
- организационная структура и процесс управления в компании;
- внутренние документы, регламентирующие организационные процессы в компании;
- характеристика структур организации, занятых коммуникационной деятельностью;
- характеристика основных субъектов, с которыми взаимодействует организация.

Окончательно завершённый отчет по практике сдается на кафедру и регистрируется в журнале регистрации отчетов.

По результатам защиты отчета по практике выставляется дифференцированная оценка по пятибалльной системе. Оценка результатов прохождения практики включается в приложение к диплому.

Студенты, не выполнившие программу практики по уважительной причине, направляются на практику вторично, в свободное от учебы время. Студенты, не выполнившие программу практики без уважительной причины или получившие по её итогам неудовлетворительную оценку, подлежат отчислению из Финуниверситета в установленном порядке как имеющие академическую задолженность.

8. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по практике

Перечень компетенций, формируемых в процессе освоения практики, содержится в разделе 3 «Перечень планируемых результатов освоения образовательной программы (перечень компетенций) с указанием индикаторов их достижения и планируемых результатов обучения при прохождении практики».

По результатам защиты отчета по практике выставляется зачет с оценкой по пятибалльной системе на основе оценки сформированности

компетенций с учетом оценки за работу в процессе практики:

- оценка за работу в процессе практики (до 40 баллов) определяется на основе отзыва руководителя от базы учебной практики (оценка в отзыве: отлично – 40 баллов, хорошо – 30 баллов, удовлетворительно – 20 баллов);
- оценка итоговых знаний в ходе зачета (до 60 баллов): определяется как среднее арифметическое суммы баллов по компетенциям.

Таблица 3 - Критерии выставления итоговой оценки по практике

Оценка	Общая сумма баллов
Отлично	86-100
Хорошо	85-70
Удовлетворительно	69-50
Неудовлетворительно	Менее 50

Таблица 4 - Примеры оценочных средств для проверки компетенций, формируемых производственной практикой: профессионально-творческой (управление в сфере медиа)

Компетенция	Типовые (примерные) задания
УК-4 Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном (ых) языке (ах)	<p><i>1. Использует информационно-коммуникационные ресурсы и технологии при поиске необходимой информации в процессе решения стандартных коммуникативных задач на государственном языке Российской Федерации.</i></p> <p>Задание 1 Найдите необходимую информацию для оформления реквизитов служебного письма в организацию, в которой вы планируете проходить практику, с просьбой принять на практику.</p> <p><i>2. Ведет деловую переписку, учитывая особенности официально-делового стиля и речевого этикета.</i></p> <p>Задание 1 Составьте служебное письмо на имя руководителя организации, в которой вы планируете проходить практику с просьбой принять вас на практику.</p> <p><i>3. Умеет вести деловые переговоры на государственном языке Российской Федерации.</i></p> <p>Задание 1 Предложите план деловых переговоров по обсуждению коммерческого предложения партнерам организации-места практики, учитывая основные позиции сторон и цели переговоров, контрольные и промежуточные точки.</p> <p><i>4. Использует лексико-грамматические и стилистические ресурсы на государственном языке Российской Федерации в зависимости от решаемой коммуникативной в том числе профессиональной задачи.</i></p> <p>Задание 1 Проанализируйте доступную вам деловую переписку организации, оцените качество служебных писем с точки зрения лексико-грамматических, стилистических норм и решаемой коммуникативной в том числе профессиональной задачи</p> <p>Задание 2 Составьте два шаблона деловых служебных писем для организации-места практики с учетом лексико-грамматических, стилистических</p>

	<p>норм и поставленной коммуникативной задачи</p> <p><i>5. Использует иностранный язык в межличностном общении и профессиональной деятельности, выбирая соответствующие вербальные и невербальные средства коммуникации.</i></p> <p>Задание 1 Презентуйте на иностранном языке деятельность организации.</p> <p><i>6. Реализует на иностранном языке коммуникативные намерения устно и письменно, используя современные информационно-коммуникационные технологии.</i></p> <p>Задание 1 Подготовьте и презентуйте проект рекламного ролика (видео-аудиосюжета) на иностранном языке.</p> <p><i>7. Использует приемы публичной речи и делового и профессионального дискурса на иностранном языке.</i></p> <p>Задание 1 Перечислите и приведите примеры приемов публичной речи и делового общения, эффективных в рамках деятельности организации.</p> <p><i>8. Демонстрирует владения основами академической коммуникации и речевого этикета изучаемого иностранного языка.</i></p> <p>Задание 1. Подготовьте текст письма на иностранном языке, содержащего предложение о сотрудничестве для нового зарубежного партнера организации</p> <p><i>9. Умеет грамотно и эффективно пользоваться иноязычными источниками информации.</i></p> <p>Задание 1 Используя иноязычные источники информации, опишите особенности ведения рекламных кампаний в одной из стран.</p> <p><i>10. Продуцирует на иностранном языке письменные речевые произведения в соответствии с коммуникативной задачей.</i></p> <p>Задание 1. На основе материалов проекта рекламного ролика (видео-аудиосюжета (см. п. 6 УК-4) разработайте короткий медиатекст на иностранном языке.</p>
<p>ОПК-3 Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов</p>	<p><i>1. Демонстрирует кругозор в сфере отечественного и мирового культурного процесса</i></p> <p>Задание 1 Взяв за основу одну из известных картин российских и зарубежных художников, предложите макет рекламного плаката/листовки для организации.</p> <p><i>2. Учитывает достижения отечественной и мировой культуры, а также средства художественной выразительности в процессе создания медиатекстов и (или) иных коммуникационных продуктов.</i></p> <p>Задание 1. Подготовьте проект рекламного ролика для организации, осуществляющей деятельность на территории одной из республик РФ.</p>
<p>ПК-2. Способен участвовать в проектной</p>	<p><i>1. Знает основы проектной деятельности по созданию концепций медиaproектов</i></p>

<p>деятельности по созданию концепций медиапроектов и их реализации</p>	<p>Задание 1 Проанализируйте существующие проекты организации, определите их стратегическую роль</p> <p><i>2. Умеет создавать концепции медиапроектов</i></p> <p>Задание 1 Согласно стратегическим задачам организации, определите необходимые коммуникационные проекты. Для одного из них предложите основные вехи реализации.</p> <p><i>3. Владеет навыками реализации концепции медиапроектов</i></p> <p>Задание 1 Составьте календарный план-график работы по одному из коммуникационных проектов организации. Оформите его как диаграмму Ганта.</p>
<p>ПК-3 Способен создавать, обрабатывать, компоновать и осуществлять распространение (размещение) информации посредством использования соответствующих технических средств в различных средах и на различных носителях и платформах</p>	<p><i>1. Создает, обрабатывает, компоновывает информацию в различных средах и на различных носителях и платформах.</i></p> <p>Задание 1. Сделайте фотографии и напишите текст об одном из мероприятий, в котором вы принимали участие, для размещения на сайте организации (в социальных сетях)</p> <p><i>2. Осуществляет распространение информации в различных средах и на различных носителях и платформах (размещение).</i></p> <p>Задание 1. Разместите фотографии и текст об одном из мероприятий, в котором вы принимали участие, на сайте организации (в социальных сетях)</p> <p><i>3. Отбирает релевантную информацию из доступных источников.</i></p> <p>Задание 1. Отберите важную, на ваш взгляд, информацию об одном из мероприятий, в котором вы принимали участие, для написания текста</p> <p><i>4. Использует соответствующие технические средства для создания, обработки, компоновки и распространения (размещения) информации для дальнейшего доведения её до аудитории.</i></p> <p>Задание 1. Сделайте фотографии об одном из мероприятий, в котором вы принимали участие, осуществите их обработку с учетом среды размещения</p>

9. Перечень учебной литературы и ресурсов сети «Интернет», необходимых для проведения практики

Нормативные акты

1. Конституция Российской Федерации (принята всенародным голосованием 12.12.1993 с изменениями, одобренными в ходе общероссийского голосования 01.07.2020).
2. Закон РФ от 27.12.1991 N 2124-1 «О средствах массовой информации» (последняя редакция).
3. Федеральный закон «О противодействии экстремистской деятельности» от 25.07.2002 N 114-ФЗ (последняя редакция).
4. Федеральный закон «О рекламе» от 13.03.2006 N 38-ФЗ (последняя редакция).

5. Указ Президента РФ от 10.06.1994 N 1183 «О защите потребителей от недобросовестной рекламы».

6. Закон РФ от 07.02.1992 N 2300-1 «О защите прав потребителей» (последняя редакция).

7. Приказ МАП РФ от 13.11.1995 N 147 «Об утверждении Порядка рассмотрения дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе» (Зарегистрировано в Минюсте РФ 28.11.1995 N 985).

8. Международный кодекс рекламной практики – Париж: SOVERO (Международная торговая палата), 1987 г.

9. Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях от 30.12.2001 N 195-ФЗ (последняя редакция).

а) основная литература

1. Марков, А.А. Теория и практика массовой информации: Учебник/ А.А. Марков, О.И. Молчанова, Н.В. Полякова. - Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2016. - 252 с. [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=544650>

2. Бузин, В.Н. Медиапланирование. Теория и практика: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Реклама», «Маркетинг», «Психология», «Социология», «Журналистика» / В.Н. Бузин, Т.С. Бузина. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. - 495 с. [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/product/1028523>

3. Виханский, О.С. Менеджмент : учебник / О.С. Виханский, А.И. Наумов. - 6-е изд., перераб. и доп. - Москва: Магистр: ИНФРА-М, 2021. - 656 с. [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/product/1192203>

4. Синяева, И.М. Реклама и связи с общественностью: Учебник для бакалавров / И.М. Синяева, О.Н. Жильцова, Д.А. Жильцов - Москва: Издательство Юрайт, 2019 - 552 [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://www.biblio-online.ru/bcode/425190>

5. Балашов, А.П. Основы менеджмента : учебное пособие / А.П. Балашов. - 2-е изд., перераб. и доп. - Москва: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2020. - 288 с. [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/product/1068829>

6. Егоров, Ю.Н. Основы маркетинга : учебник / Ю.Н. Егоров. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: ИНФРА-М, 2020. — 292 с. [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/product/1069190>

б) дополнительная литература

1. Современный медиатекст : учеб. пособие / отв. ред. Н.А. Кузьмина. - 4-е изд., стер. - Москва: ФЛИНТА, 2019. - 412 с. [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/product/1042225>

2. Киселев, А.Г. Теория и практика массовой информации: общество - СМИ - власть: учебник для студентов вузов, обучающихся по специальности "Связи с общественностью" / А.Г. Киселёв. - Москва:

Издательство "ЮНИТИ-ДАНА", 2017. - 431 с. [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/1028771>

3. Мандель, Б.Р. PR: методы работы со средствами массовой информации : учебное пособие / Б.Р. Мандель. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2020. — 238 с. [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/1068911>

4. Поляков, В.А. Разработка и технологии производства рекламного продукта: учебник и практикум для вузов / В.А. Поляков, А.А. Романов; Финуниверситет. - Москва: Юрайт, 2019. - 503 с. [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://www.biblio-online.ru/bcode/432145>

5. Селезнева, Л.В. Подготовка рекламного и PR-текста: Учебное пособие / Л.В. Селезнева - Москва: Издательство Юрайт, 2019. - 159 [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://www.biblio-online.ru/bcode/438737>

6. Кольшикина, Т.Б. Деловые коммуникации, документооборот и делопроизводство : учебное пособие для вузов / Т.Б. Кольшикина, И.В. Шустина. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 163 с. [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://biblio-online.ru/bcode/452463>

7. Зелинский, С.А. Манипулирование личностью и массами. Манипулятивные технологии власти при атаке на подсознание индивида и масс : монография / С.А. Зелинский. - 2-е изд. - Санкт-Петербург: Издательско-Торговый Дом «СКИФИЯ», 2018. - 240 с. [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/product/1095195>

в) Периодические научные издания

1) Журнал «Медиасреда» [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/journal/n/mediasreda?i=1076225>

2) МедиаАльманах [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.journ.msu.ru/science/pub/media-almanac/>

3) Медиаскоп [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.journ.msu.ru/science/pub/mediascope/>

4) Журнал «Политическая наука» [Электронный ресурс]. - Режим доступа: http://inion.ru/index.php?page_id=123

5) Журнал «Гуманитарные науки. Вестник Финансового университета» [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.fa.ru/dep/jgn/Pages/current.aspx>

6) Журнал «Независимый журнал о PR» [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://mediabitch.ru/>

7) Журнал Медиабизнес [Электронный ресурс]. - Режим доступа: http://www.bizpressa.ru/journals/m_b.html

8) Журнал Индустрия рекламы [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://advesti.ru/price/moscow/industiareclami>

9) Журнал «Новости СМИ» [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://versia.ru/zhurnal-novosti-smi>

г) **Интернет-ресурсы:**

- 1) Российская ассоциация политической науки [Электронный ресурс]. - Режим доступа: www.rapn.ru
- 2) Акар. Ассоциация коммуникативных агентств России [Электронный ресурс]. - Режим доступа: [http:// https://www.akarussia.ru/](http://https://www.akarussia.ru/)
- 3) Российская ассоциация по связям с общественностью [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://www.raso.ru/>
- 4) Всероссийский центр изучения общественного мнения (ВЦИОМ) [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://wciom.ru/>
- 5) Медиалогия. Система мониторинга и анализа СМИ [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://www.mlg.ru/>
- 6) Группа компаний ФОМ [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://fom-gk.ru/>
- 7) Информационно-аналитический портал гуманитарные технологии [Электронный ресурс]. - Режим доступа: [http://gtmarket .ru/](http://gtmarket.ru/)
- 8) Romir. Исследовательский холдинг [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://romir.ru/>

д) **Электронные ресурсы БИК:**

1. Электронная библиотека Финансового университета (ЭБ) [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://elib.fa.ru/>
2. Электронно-библиотечная система BOOK.RU [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.book.ru>
3. Электронно-библиотечная система «Университетская библиотека ОНЛАЙН» [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://biblioclub.ru/>
4. Электронно-библиотечная система Znanium [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.znaniium.com>
5. Электронно-библиотечная система издательства «ЮРАЙТ» [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://www.biblio-online.ru/>
6. Научная электронная библиотека eLibrary.ru [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://elibrary.ru>
7. Национальная электронная библиотека [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://нэб.рф/>

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

10.1 Комплект лицензионного программного обеспечения:

1. Windows, Microsoft Office
2. Антивирус ESET Endpoint Security

10.2 Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы:

1. Справочная правовая система «Консультант Плюс». [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.consultant.ru/>

2. Справочная правовая система «Гарант». [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.garant.ru/iv/>

Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы:

- Электронная библиотека Финансового университета (ЭБ) <http://elib.fa.ru/>

- Электронно-библиотечная система <http://znanium.com/>

- Электронно-библиотечная система (ЭБС) современной учебной и научной литературы для вузов, ссузов, техникумов, библиотек <https://www.book.ru/>

- Информационная система Блумберг (Bloomberg)

11. Описание материально-технической базы, необходимой для проведения практики

Организация – объект практики должна:

– обеспечить обучающемуся безопасные условия прохождения практики, отвечающие санитарным правилам и требованиям охраны труда;

– предоставить рабочее место обучающемуся, обеспечить возможность его ознакомления с документацией организации, нормативной и законодательной базой, необходимыми для успешного выполнения обучающимся программы практики и индивидуального задания (за исключением сведений, не относящихся к общедоступной информации).

**Федеральное государственное образовательное бюджетное
учреждение высшего образования
«Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации»
(Финансовый университет)
Ярославский филиал Финуниверситета
Кафедра «Государственное и муниципальное управление и
медиакоммуникации»**

О Т Ч Е Т

**ПО ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКЕ: ПРОФЕССИОНАЛЬНО-
ТВОРЧЕСКОЙ ПРАКТИКЕ (УПРАВЛЕНИЕ В СФЕРЕ МЕДИА)**

(указать вид (тип) практики)

Направление подготовки 42.03.05 Медиакоммуникации
(наименование направления подготовки)

Медиакоммуникации и медиатехнологии

(профиль образовательной программы бакалавриата / направленность образовательной программы магистратуры)

Выполнил:

Обучающийся учебной группы _____

(подпись)

(И.О. Фамилия)

Проверили:

Руководитель практики от
профильной организации:

(должность)

(И.О. Фамилия)

(подпись)

Руководитель практики от
Ярославского филиала
Финуниверситета

(ученая степень и/или звание)

(И.О. Фамилия)

(оценка)

(подпись)

М.П.

Ярославль – 20__ г.

**Федеральное государственное образовательное бюджетное
учреждение высшего образования
«Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации»
(Финансовый университет)
Ярославский филиал Финуниверситета**

Кафедра «Государственное и муниципальное управление и
медиакоммуникации»

**ИНДИВИДУАЛЬНОЕ ЗАДАНИЕ
ПО ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКЕ: ПРОФЕССИОНАЛЬНО-
ТВОРЧЕСКОЙ ПРАКТИКЕ (УПРАВЛЕНИЕ В СФЕРЕ МЕДИА)**

(указать вид (тип) практики)

обучающегося _____ курса _____ учебной группы

(фамилия, имя, отчество)

Направление подготовки 42.03.05 Медиакоммуникации

(наименование направления подготовки)

Медиакоммуникации и медиатехнологии

(профиль образовательной программы бакалавриата / направленность образовательной программы магистратуры)

Способ проведения практики: стационарная / выездная¹

(нужное подчеркнуть)

Форма проведения практики: непрерывно

Место прохождения практики _____

Срок практики с « _____ » _____ 20 г. по « _____ » _____ 20 г.

№ п/п	Содержание индивидуального задания (перечень задач, подлежащих выполнению)	Трудоемкость в акад. часах	Формируемые компетенции
1	2	3	
1.			
2.			
3.			
4.			

Руководитель практики от Ярославского филиала Финуниверситета:

(подпись)

(И.О. Фамилия)

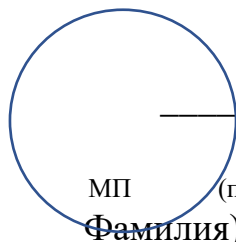
Задание принял обучающийся:

(подпись)

(И.О. Фамилия)

СОГЛАСОВАНО

Руководитель практики от профильной организации:



МП (подпись)

(И.О.

Фамилия)

¹ Стационарная - при прохождении учебной практики в организациях, расположенных в городе Ярославле. Выездная – при прохождении учебной практики в организациях, расположенных вне города Ярославля.

**Федеральное государственное образовательное бюджетное
учреждение высшего образования
«Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации»
(Финансовый университет)**

Ярославский филиал Финуниверситета

Кафедра «Государственное и муниципальное управление и
медиакоммуникации»

**ДНЕВНИК
ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ: ПРОФЕССИОНАЛЬНО-
ТВОРЧЕСКОЙ ПРАКТИКИ (УПРАВЛЕНИЕ В СФЕРЕ МЕДИА)**
(указать вид (тип) практики)

обучающегося _____ курса _____ учебной группы

(фамилия, имя, отчество)

Направление подготовки 42.03.05

Медиакоммуникации

(наименование направления подготовки)

Медиакоммуникации и медиатехнологии

(профиль образовательной программы бакалавриата / направленность образовательной программы магистратуры)

Ярославль – 20__ г

**Федеральное государственное образовательное бюджетное
учреждение высшего образования
«Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации»
(Финансовый университет)
Ярославский филиал Финуниверситета**

Кафедра «Государственное и муниципальное управление и
медиакоммуникации»

СОВМЕСТНЫЙ РАБОЧИЙ ГРАФИК (ПЛАН)

проведения ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ: ПРОФЕССИОНАЛЬНО-
ТВОРЧЕСКОЙ ПРАКТИКИ (УПРАВЛЕНИЕ В СФЕРЕ МЕДИА)

(указать вид (тип) практики)

обучающегося _____ курса _____ учебной группы

(фамилия, имя, отчество)

Направление подготовки 42.03.05

Медиакоммуникации

(наименование направления подготовки)

Медиакоммуникации и медиатехнологии

(профиль образовательной программы бакалавриата / направленность образовательной программы магистратуры)

Место прохождения практики _____

Срок практики с « ____ » _____ 20 ____ г. по « ____ » _____ 20 ____ г.

№ п/п	Этапы практики по выполнению программы практики и индивидуального задания	Трудоемкость в акад. часах/днях
1	2	3

Руководитель практики от Ярославского филиала Финуниверситета:

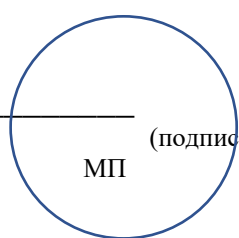
_____ (подпись)

(И.О. Фамилия)

Руководитель практики от профильной организации:

_____ (подпись)

(И.О. Фамилия)



ОТЗЫВ

о прохождении обучающимся Ярославского филиала Финансового университета производственной практики: профессионально-творческой практики (управление в сфере медиа)

Обучающийся _____
(Ф.И.О.)

проходил(а) производственную практику в период с «___» _____ по
«___» _____ 20__ г. в _____

_____ (наименовании организации, наименование структурного подразделения)

В период прохождения практики _____
(Ф.И.О. обучающего)

поручалось решение следующих задач:

В период прохождения практики обучающийся проявил(а): _____

(в данном разделе отзыва отражается степень освоения компетенций, предусмотренных программой практики)

Результаты работы обучающегося:

Считаю, что по итогам практики обучающийся может (не может) быть допущен к защите отчета по практике.

(должность руководителя практики от профильной организации)

МП _____ (подпись)

(Ф.И.О.)

«___» _____ 20__ г.