

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

**Кафедра «Государственное и муниципальное управление и медиакомму-
никации»**

СОГЛАСОВАНО
Генеральный директор АО
«Городской телеканал»



С.Н. Гончаров

«16» июня 2023 г.

УТВЕРЖДЕНО
Директор Ярославского филиала
Финансового университета при
Правительстве Российской Федерации



В.А. Кваша

«20» июня 2023 г.

Автор: Шустина И.В., Колышкина Т.Б.

**ПРОГРАММА ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ: ПРЕДДИПЛОМ-
НОЙ ПРАКТИКИ**

для студентов, обучающихся по направлению подготовки
42.04.05 «Медиакоммуникации»,
направленность программы «Проектная деятельность в медиакоммуникаци-
ях»
(заочная форма обучения)

*Рекомендовано Ученым советом Ярославского филиала Финуниверситета
(протокол № 2 от 20.06.2023)*

*Одобрено кафедрой «Государственное и муниципальное управление и ме-
диакоммуникации» (протокол № 10 от 16.06.2023)*

Ярославль 2023

СОДЕРЖАНИЕ

1. Наименование вида и типов практики, способа и формы (форм) её проведения.....	3
2. Цель и задачи практики.....	4
3. Перечень планируемых результатов обучения с указанием индикаторов их достижения 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.....	15
10. Перечень информационных технологий, используемых при проведении практики, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем.....	17
11. Описание материально-технической базы, необходимой для проведения учебной практики.....	17
Приложения.....	18

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

Вид практики: производственная практика.

Типы производственной практики: преддипломная практика.

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: преддипломной практики разработана с учетом следующих нормативно-методических документов:

- Образовательного стандарта ФГОС ВО «Медиакоммуникации» (утв. приказом от 8.07.2017 № 531);

- учебного плана по направлению подготовки «Медиакоммуникации» (уровень магистратуры), направленность программы «Проектная деятельность в медиакоммуникациях»;

- календарного учебного графика подготовки по направлению подготовки «Медиакоммуникации» (уровень магистратуры), направленность программы «Проектная деятельность в медиакоммуникациях»;

- 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, с учетом направленности образовательной программы магистратуры (далее – профильная организация).

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

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. Цель и задачи практики

Целью производственной практики является закрепление теоретических и практических знаний, полученных студентами в процессе обучения, приобретение и совершенствование практических навыков и компетенций по избранному направлению подготовки для выполнения выпускной квалификационной работы.

Задачи производственной практики: преддипломной практики:

– закрепление, углубление, расширение и систематизация знаний, совершенствование практических навыков и умений, полученных при изучении дисциплин и модулей, определяющих специфику подготовки магистров направлений 42.04.05 Медиакоммуникации;

– формирование навыков решения конкретных производственных и социальных задач, определяющих специфику направления;

– формирование навыков обучения профессиональным знаниям и умениям;

– развитие навыков самостоятельной работы и овладение способностью творческого подхода к решению практических задач;

– сбор материалов к государственной итоговой аттестации и выпускной квалификационной работе;

– проверка профессиональной готовности к самостоятельной трудовой деятельности.

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

Производственная практика: преддипломная практика обеспечивает формирование следующих компетенций:

Таблица 1 – Структура планируемых результатов обучения по производственной практике: преддипломной практике

Код компетенции	Наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Результаты обучения (владения, умения и знания), соответствующие с компетенциями/индикаторами достижения компетенции
ОПК-2	Способен анализировать основные тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах	1. Выявляет причинно-следственные связи в проблемах взаимодействия общественных и государственных институтов	<i>Знает:</i> структуру, основные социальные и политические институты и процессы, характеризующие современное общество <i>Умеет:</i> анализировать социально-политические процессы

	и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах		и ситуации, выявлять причинно-следственные связи
		2. Соблюдает принцип беспристрастности и баланс интересов в создаваемых медиапроектах и (или) медиапродуктах при освещении деятельности общественных и государственных институтов	<i>Знает:</i> принципы, правила и технологии взаимодействия с общественными и государственными институтами <i>Умеет:</i> разрабатывать коммуникационные проекты и продукты с учетом беспристрастного освещения деятельности общественных и государственных институтов
ОПК-3	Способен анализировать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	1. Знает этапы и тенденции развития отечественного и мирового культурного процесса	<i>Знает:</i> этапы развития общества и мирового культурного процесса <i>Умеет:</i> анализировать и интерпретировать культурные феномены с учетом социально-экономического контекста
		2. Демонстрирует разноплановую эрудицию в сфере отечественной и мировой культуры в создаваемых медиапроектах и (или) медиапродуктах	<i>Знает:</i> особенности взаимодействия культур с различными формами общественного сознания <i>Умеет:</i> создавать продукт профессиональной деятельности с использованием достижений отечественной и мировой культуры
ОПК-4	Способен анализировать потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты	1. Интерпретирует данные социологических исследований о потребностях общества и интересах отдельных аудиторных групп	<i>Знает:</i> характер современных социальных практик. <i>Умеет:</i> интерпретировать полученные в ходе социологического исследования данные для оптимальной разработки медиапродукта
		2. Прогнозирует потенциальную реакцию целевой аудитории на создаваемые медиапроекты и (или) медиапродукты	<i>Знает:</i> способы воздействия на целевую аудиторию <i>Умеет:</i> прогнозировать реакцию целевой аудитории на коммуникационный продукт
ОПК-5	Способен для принятия профессиональных решений анализировать актуальные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	1. Выявляет особенности политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях	<i>Знает:</i> знает основные тенденции развития отрасли с учетом социальных, политических, экономических условий и правовых норм. <i>Умеет:</i> осуществлять профессиональную деятельность с учетом социальных, политических, экономических условий и правовых норм
		2. Моделирует индивидуальные и коллективные профессиональные действия в области медиакоммуникаций в зависимости от условий конкретной медиакоммуни-	<i>Знает:</i> специфику и тенденции развития медиакоммуникационных систем разного уровня <i>Умеет:</i> осуществлять сбор, анализ и интерпретацию информации для принятия ин-

		кационной системы	дивидуальных и групповых решений в зависимости от конкретной медиакоммуникационной системы
ПК-1.	Способен разрабатывать новые виды форматов медиапродукции, производить творческие пилотные проекты	1. Проводит маркетинговый анализ контента и аудитории с целью выявления свободных ниш и неудовлетворенных потребностей.	<i>Знает:</i> направления исследования медиарынка <i>Умеет:</i> осуществлять выбор методов, релевантный цели и задачам исследования
		2. Определяет бюджеты разработки новых медиаформатов и пилотных медиапроектов, а также возможные источники их финансирования	<i>Знает:</i> теоретические и методические основы планирования бюджета <i>Умеет:</i> основные методики экономического анализа и аудита
		3. Формирует авторский коллектив разработчиков новых медиаформатов и творческих пилотных проектов	<i>Знает:</i> методы разработки и реализации организационно-управленческих решений при работе с коллективом <i>Умеет:</i> осуществлять управление персоналом в группе и организации при работе над пилотным проектом
		4. Руководит процессом создания нового медиаформата или творческого пилотного медиапроекта	<i>Знает:</i> основные этапы разработки и создания медиапродукта <i>Умеет:</i> осуществлять руководство разработкой медиапродукта с учетом формата размещения, при необходимости трансформировать существующий медиаформат
		5. Определяет потенциальные площадки размещения и каналы распространения новых медиаформатов и творческих пилотных проектов	<i>Знает:</i> особенности влияния определенного канала коммуникации на ту или иную аудиторию. <i>Умеет:</i> пользоваться технологическими навыками для организации передачи сообщения по определенному коммуникативному каналу.
		6. Организует презентацию новых медиаформатов и творческих пилотных проектов для заинтересованных сторон, а также при необходимости доработку перечисленных медиапродуктов с учетом их замечаний	<i>Знает:</i> требования к качеству творческих пилотных проектов в области медиа, приемы и способы презентации проектов <i>Умеет:</i> презентовать проект заинтересованной стороне и при необходимости осуществлять его доработку с учетом замечаний
ПК-2	Способен проектировать организационные структуры медиакомпаний и применять их для создания медиакомпаний, от-	1. Разрабатывает концептуальные документы деятельности медиакомпаний, отделов, структур и медиапроектов	<i>Знает:</i> разные виды документов, регламентирующие деятельность разных структур и медиакомпаний <i>Умеет:</i> создавать разные ви-

	делов, структур и отдельных проектов		ды документов, регламентирующие деятельность разных структур и медиакомпаний
		2. Формирует организационную структуру и штатное расписание медиакомпаний и их отдельных подразделений, а также медиапроектов	<i>Знает:</i> профессиональные требования, предъявляемые к персоналу в медиакомпаниях <i>Умеет:</i> выстраивать организационную структуру медиакомпаний с учетом стоящих перед ней задач
		3. Составляет квалификационные требования к персоналу для проектируемых медиакомпаний, медиаструктур и медиапроектов	<i>Знает:</i> квалификационные требования к персоналу <i>Умеет:</i> разрабатывать систему квалификационных испытаний для отбора персонала
ПК-3	Способен разрабатывать маркетинговые стратегии, управлять вопросами создания, ценообразования, дистрибуции и продвижения медиапродуктов	1. Проводит эмпирический анализ медиасистем и медиарынков	<i>Знает:</i> методы количественного и качественного исследования социума, структуры общественных коммуникаций, основных социальных рисков. <i>Умеет:</i> применять различные методы исследования для анализа медиасистем и медиарынков
		2. Осуществляет маркетинговый аудит медиакомпаний, медиаструктур и медиапроектов	<i>Знает:</i> подходы к формулированию проблемы и описанию проблемной ситуации; <i>Умеет:</i> описывать проблемную ситуацию в целях проведения научного исследования;
		3. Разрабатывает стратегические планы развития медиакомпаний, медиаструктур и медиапроектов	<i>Знает:</i> алгоритм построения целей и задач, необходимый для принятия стратегических решений; <i>Умеет:</i> принимать эффективные управленческие решения и находить оптимальные пути достижения целей;
		4. Модерирует разработку и высказывает предложения по совершенствованию корпоративной политики в области создания, ценообразования, дистрибуции и продвижения медиапродуктов	<i>Знает:</i> принципы корпоративной политики на разных этапах создания медиапродукта <i>Умеет:</i> применять принципы корпоративной политики в профессиональной деятельности

4. Место практики в структуре образовательной программы

Производственная практика: преддипломная практика является обязательным этапом обучения по направлению подготовки 42.04.05 «Медиакоммуникации» (уровень магистратуры), входит в блок 2 «Практика» учебного плана образовательной программы по направлению 42.04.05 Медиакоммуни-

кации, направленность программы «Проектная деятельность в медиакоммуникациях».

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

Объем производственной практики: преддипломной практики в зачетных единицах – 15 з.е. (в академических часах – 540 часов).

Продолжительность производственной практики: преддипломной практики в неделях – 10 недель в 10 модуле.

Вид промежуточной аттестации – зачет с оценкой в 10 модуле.

Конкретные даты начала производственной практики, закрепление студентов 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: преддипломной практики студенту необходимо выполнить следующие виды работ.

Таблица 2 - Содержание этапов производственной практики: преддипломной практики

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 результатами уже выполненных организацией проектов в соответствии с темой ВКР и индивидуальным заданием на практику	200
III этап (проектный) включает непосредственное участие практиканта в работе организации (подразделения) - места прак-	На данном этапе студент-практикант самостоятельно проводит конкретные практические работы в соответствии с темой ВКР и индивидуальным заданием на практику	240

тики: самостоятельное выполнение индивидуального задания.		
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 по практике и государственной аттестации	80
Контактная работа		8ч
Итого		540 ч. (10 нед.)

При прохождении преддипломной практики обучающийся раскрывает в отчете по практике те разделы из нижеперечисленных, которые непосредственно относятся к теме ВКР и отражены в индивидуальном задании на практику.

В соответствии с темой ВКР руководитель ВКР в индивидуальном задании на практику в разрезе отдельных этапов практики формулирует вопросы, требующие более углубленного и детального раскрытия.

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: преддипломной практики:

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 (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 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 в установленном порядке из Финуниверситета 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: преддипломной практикой

Компетенция	Типовые (примерные) задания
ОПК-2 Способен анализировать основные тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	<p>1. Выявляет причинно-следственные связи в проблемах взаимодействия общественных и государственных институтов Задание 1 Каким образом учитываются причинно-следственные связи в проблемах взаимодействия общественных и государственных институтов при разработке медиатекстов и /или медиапродуктов и / или коммуникационных продуктов</p> <p>2. Соблюдает принцип беспристрастности и баланс интересов в создаваемых медиапроектах и (или) медиапродуктах при освещении деятельности общественных и государственных институтов Задание 1 Приведите пример вашего медиатекста и / или медиапродукта и / или коммуникационного продукта, при создании которого вам пришлось соблюдать принцип баланса интересов</p>
ОПК-3 Способен анализировать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	<p>1. Знает этапы и тенденции развития отечественного и мирового культурного процесса Задание 1 Охарактеризуйте современные тенденции отечественного и мирового культурного процесса</p> <p>2. Демонстрирует разноплановую эрудицию в сфере отечественной и мировой культуры в создаваемых медиапроектах и (или) медиапродуктах Задание 1 Разработайте вариант медиатекста с учетом тенденций современного культурного процесса</p>
ОПК-4. Способен анализировать потребности	<p>1. Интерпретирует данные социологических исследований о потребностях общества и интересах отдельных аудиторных групп</p>

<p>общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты</p>	<p>Задание 1 Проанализируйте данные социологических, маркетинговых и медиаисследований необходимые для деятельности организации (места практики)</p> <p>2. Прогнозирует потенциальную реакцию целевой аудитории на создаваемые медиапроекты и (или) медиапродукты</p> <p>Задание 1 Спрогнозируйте реакцию целевой аудитории на созданный вами медиатекст или медиапродукт. Объясните причины такой реакции</p>																												
<p>ОПК-5. Способен для принятия профессиональных решений анализировать актуальные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования</p>	<p>1. Выявляет особенности политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях</p> <p>Задание 1 Дайте оценку, какие факторы внешней среды организации оказывают влияние на развитие медиакоммуникационных систем региона</p> <p>2. Моделирует индивидуальные и коллективные профессиональные действия в области медиакоммуникаций в зависимости от условий конкретной медиакоммуникационной системы</p> <p>Задание 1 Как факторы внешней среды организации учитываются при планировании и организации деятельности</p>																												
<p>ПК-1. Способен разрабатывать новые виды форматов медиапродукции, производить творческие пилотные проекты</p>	<p>1. Проводит маркетинговый анализ контента и аудитории с целью выявления свободных ниш и неудовлетворенных потребностей.</p> <p>Задание 1 Какие методы исследования вы будете использовать для анализа предпочтений целевой аудитории и выявления свободных ниш?</p> <p>2. Определяет бюджеты разработки новых медиаформатов и пилотных медиапроектов, а также возможные источники их финансирования</p> <p>Задание 1 Какие методы расчета бюджета для оценки новых медиаформатов и медиапроектов, на ваш взгляд, наиболее эффективны? Обоснуйте свой выбор.</p> <p>Задание 2 Укажите возможные источники финансирования для данных проектов.</p> <p>3. Формирует авторский коллектив разработчиков новых медиаформатов и творческих пилотных проектов</p> <p>Задание 1 Составьте реестр участников для осуществления пилотного проекта, используя следующую структуру: Участники проекта</p> <table border="1" data-bbox="571 1765 1476 1975"> <thead> <tr> <th>Фамилия</th> <th>Должность</th> <th>Роль в проекте</th> <th>Контактная информация</th> <th>Требования</th> <th>Влияние</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td> </td> <td> </td> <td> </td> <td> </td> <td> </td> <td> </td> </tr> <tr> <td> </td> <td> </td> <td> </td> <td> </td> <td> </td> <td> </td> </tr> <tr> <td> </td> <td> </td> <td> </td> <td> </td> <td> </td> <td> </td> </tr> </tbody> </table> <p>Согласование</p> <table border="1" data-bbox="571 2042 1161 2074"> <tr> <td>Должность</td> <td>Фамилия</td> <td>Подпись</td> <td>Дата</td> </tr> </table>	Фамилия	Должность	Роль в проекте	Контактная информация	Требования	Влияние																			Должность	Фамилия	Подпись	Дата
Фамилия	Должность	Роль в проекте	Контактная информация	Требования	Влияние																								
Должность	Фамилия	Подпись	Дата																										

4. Руководит процессом создания нового медиаформата или творческого пилотного медиапроекта

Задание 1

Разработайте план создания и управления проекта по следующей схеме

Титульный лист информация о проекте

Наименование проекта	
Планируемое время начала и окончания проекта (месяц/год)	
Оценка бюджета проекта (руб.)	
Место/сфера реализации	
Заказчик проекта	
Спонсор	
Руководитель проекта	
Ключевые участники проекта	
Дата создания документа	

Жизненный цикл проекта

Управление базовым отклонениями проекта

Области знаний	Предельное отклонение	Управление базовым планом
Расписание		
Бюджет		
Содержание		
Качество		

Отчеты по проекту

Дополнительная информация

Вспомогательные планы управления проектом

5. Определяет потенциальные площадки размещения и каналы распространения новых медиаформатов и творческих пилотных проектов

Задание 1

В разделе «Дополнительная информация» представьте информацию о потенциальных площадках размещения вашего проекта

6. Организует презентацию новых медиаформатов и творческих пилотных проектов для заинтересованных сторон, а также при необходимости доработку перечисленных медиапродуктов с учетом их замечаний

Задание 1

Подготовьте и сделайте презентацию вашего проекта

ПК-2. Способен проектировать организационные структуры медиа-

1. Разрабатывает концептуальные документы деятельности медиакомпаний, отделов, структур и медиапроектов

Задание 1

<p>компаний и применять их для создания медиакомпаний, отделов, структур и отдельных проектов</p>	<p>Подготовьте положение о новом структурном подразделении организации</p> <p>2. Формирует организационную структуру и штатное расписание медиакомпаний и их отдельных подразделений, а также медиапроектов Задание 1 Разработайте оргструктуру нового подразделения, определите функционал будущих сотрудников</p> <p>3. Составляет квалификационные требования к персоналу для проектируемых медиакомпаний, медиаструктур и медиапроектов Задание 1 Составьте квалификационные требования к персоналу по должностям для нового отдела (карту должности)</p>
<p>ПК-3. Способен разрабатывать маркетинговые стратегии, управлять вопросами создания, ценнообразования, дистрибуции и продвижения медиапродуктов</p>	<p>1. Проводит эмпирический анализ медиасистем и медиарынков Задание 1 Дайте общую характеристику медиарынка организации (места практики)</p> <p>2. Осуществляет маркетинговый аудит медиакомпаний, медиаструктур и медиапроектов Задание 1 Какую роль играет организация (место практики) и ее проекты на медиарынке.</p> <p>3. Разрабатывает стратегические планы развития медиакомпаний, медиаструктур и медиапроектов Задание 1 На основе матрицы SWOT-анализа выявите сильные и слабые стороны организации, разработайте рекомендации по коммуникационной политике.</p> <p>4. Модерирует разработку и высказывает предложения по совершенствованию корпоративной политики в области создания, ценнообразования, дистрибуции и продвижения медиапродуктов Задание 1 На основе матрицы SWOT-анализа выявите сильные и слабые стороны организации по комплексу маркетинга, разработайте свои рекомендации</p>

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

Нормативные документы

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).

Рекомендуемые источники

а) основные:

1. Афанасьев, В. В. Методология и методы научного исследования : учебное пособие для вузов / В. В. Афанасьев, О. В. Грибкова, Л. И. Уколова. — Москва: Издательство Юрайт, 2020. — 154 с. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://biblio-online.ru/bcode/453479>

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. Вартанова, Е. Л. Основы медиабизнеса : учебник для студентов вузов / под ред. Е.Л. Вартановой. — Москва: Аспект Пресс, 2014. — 400 с. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/product/1038942>

4. Хренов, Н. А. Теория аудитории медиа: публика в истории культуры : учебное пособие для вузов / Н. А. Хренов. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2021. — 411 с. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://biblio-online.ru/bcode/468080>

б) дополнительные:

1. *Иваницкий, В. Л.* Основы бизнес-моделирования СМИ : учебное пособие для вузов / В. Л. Иваницкий. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2020. — 239 с. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://biblio-online.ru/bcode/451640>

2. *Касьянов, В. В.* Социология массовой коммуникации : учебник для вузов / В. В. Касьянов. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2020. — 221 с. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://biblio-online.ru/bcode/453915>

3. Демина, Л. А. Теория и практика аргументации : учебное пособие / Л. А. Демина. — Москва: Норма: ИНФРА-М, 2020. — 272 с. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/product/1055180>

4. 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> (

5. Яковлев, Г. А. Коммерция в средствах массовой информации : учебное пособие / Г. А. Яковлев. — Москва: ИНФРА-М, 2021. — 143 с. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/product/1222614>

в). Перечень источников информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

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

2. Электронно-библиотечная система BOOK.RU <http://www.book.ru>

3. Электронно-библиотечная система «Университетская библиотека ОНЛАЙН» <http://biblioclub.ru/>

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

5. Электронно-библиотечная система издательства «ЮРАЙТ» <https://www.biblio-online.ru/>

6. Научная электронная библиотека eLibrary.ru <http://elibrary.ru>

7. Национальная электронная библиотека <http://нэб.рф/>

8. Электронная библиотека диссертаций Российской государственной библиотеки <https://dvs.rsl.ru/>

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

Программное обеспечение: Windows, Microsoft Office; 1С: Предприятие.

Информационные справочные системы: Консультант Плюс.

11. Описание материально-технической базы, необходимой для проведения учебной 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 медиаком-
муникации»

О Т Ч Е Т

ПО ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКЕ: ПРЕДДИПЛОМНОЙ ПРАКТИКЕ

(указать вид (тип) практики)

Направление подготовки 42.04.05 Медиакоммуникации

(наименование направления подготовки)

Проектная деятельность в медиакоммуникациях

(направленность образовательной программы магистратуры)

Выполнил:

Обучающийся учебной группы _____

(подпись)

(И.О. Фамилия)

Проверили:

Руководитель практики от про-
фильной организации:

(должность)

(И.О. Фамилия)

(подпись)

М.П.

Руководитель практики от Яро-
славского филиала Финунивер-
ситета

(ученая степень и/или звание)

(И.О. Фамилия)

(оценка)

(подпись)

Ярославль – 20__ г.

ЛИСТ ИНСТРУКТАЖА

по ознакомлению с требованиями охраны труда, техники безопасности, пожарной безопасности и правилами внутреннего трудового распорядка при прохождении производственной практики: преддипломной практики

В соответствии с требованиями «Трудового кодекса Российской Федерации» от 30.12.2001 № 197-ФЗ и «Положения о практике обучающихся, осваивающих основные профессиональные образовательные программы высшего образования», утвержденного приказом Минобрнауки России от 27.11.2015 № 1383, со студентом Ярославского филиала Финуниверситета

(фамилия, имя, отчество)

проведены:

1. Инструктаж по охране труда.
2. Инструктаж по технике безопасности при прохождении практики.
3. Инструктаж по пожарной безопасности на объектах при прохождении практики.
4. Инструктаж о выполнении Правил внутреннего распорядка на объектах практики.

Инструктажи проведены и усвоение проверено.

Руководитель практики от Ярославского филиала Финуниверситета

Руководитель практики от профильной организации

(подпись)
МП

(Ф.И.О.)

(подпись)
МП

(Ф.И.О.)

Вышеперечисленные инструктажи мною получены.

Студент(ка): _____

(подпись)

(Ф.И.О.)

« ____ » _____ 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 медиаком-
муникации»

**ДНЕВНИК
ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ: ПРЕДДИПЛОМНОЙ ПРАКТИКИ**
(указать вид (тип) практики)

обучающегося _____ курса _____ учебной группы

(фамилия, имя, отчество)

Направление подготовки 42.04.05 Медиакоммуникации
(наименование направления подготовки)

Проектная деятельность в медиакоммуникациях

(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 медиаком-
муникации»**

**СОВМЕСТНЫЙ РАБОЧИЙ ГРАФИК (ПЛАН)
проведения ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ: ПРЕДДИПЛОМНОЙ
ПРАКТИКИ**

(указать вид (тип) практики)

обучающегося _____ курса _____ учебной группы

(фамилия, имя, отчество)

Направление подготовки 42.04.05 Медиакоммуникации _____

(наименование направления подготовки)

_____ Проектная деятельность в медиакоммуникациях _____

(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)

МП

ОТЗЫВ

о прохождении обучающимся Ярославского филиала Финансового университета производственной практики: преддипломной практики

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. обучающегося)

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.