

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Государственный институт русского языка им. А. С. Пушкина»
Филологический факультет
Кафедра русской словесности и межкультурной коммуникации

АННОТАЦИЯ ПРОГРАММЫ ПРОГРАММА ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

ТИП ПРАКТИКИ ПРОЕКТНО-ОРГАНИЗАЦИОННАЯ

Направление подготовки 42.04.05 «Медиакоммуникации»
(код, уровень и наименование направления подготовки)

Направленность (профиль) «Медиакоммуникации в профессиональной сфере»
(наименование ОПОП)

Квалификация выпускника **магистр**

Форма обучения **очная**

Разработчик (и): Жукова А.Г., кандидат филологических наук, доцент,
заведующая кафедрой русской словесности и межкультурной коммуникации
ФГБОУ ВО «Государственный институт русского языка им. А. С. Пушкина».

Рецензенты: Клушина Н.И., д.филол.н., профессор, МГУ имени М.В.
Ломоносова

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА, ОБЪЕМ И ПРОДОЛЖИТЕЛЬНОСТЬ ПРАКТИКИ

Цель практики: формирование у студентов представления относительно своей будущей профессиональной деятельности, приобретения навыков профессиональной работы, расширение, углубление и закрепление представлений о возможностях профессиональной реализации специалистов по медиакоммуникациям, готовность к профессиональной деятельности в ее проектно-организационной составляющей.

Задачи практики:

1. выявление степени подготовленности выпускника к самостоятельной профессиональной работе по специальности;
2. закрепление и применение теоретических знаний, полученных магистрантами в процессе изучения прикладных дисциплин;
3. сбор и подготовка практических материалов для написания выпускной квалификационной работы;
4. формирование у магистрантов профессиональных навыков и компетенций;
5. специализация по определенному тематическому направлению;
6. совершенствование компетенций, связанных с организационной деятельностью по разработке и реализации медиапроектов;
7. изучение и анализ особенностей реализации конкретного медиапроекта в конкретной области медиакоммуникаций (реклама, PR, журналистика, медиарилейшенз);
8. совершенствование компетенций, связанных с подготовкой и контролем качества медиапродуктов, копирайтерской и редакторской деятельностью.

Вид практики: **производственная**

Тип практики: **проектно-организационная**

Способ проведения практики: стационарная

Форма проведения практики: концентрированная

2. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПРИ ПРОХОЖДЕНИИ ПРАКТИКИ, СООТНЕСЕННЫЕ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОПОП

Результаты обучения по практике, соотнесенные с индикаторами достижения компетенций:

Таблица 2

№ п/п	Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции (ИДК)	Результаты обучения по практике
1	2	3	4

1	ПК-1. Способен определять и транслировать правовые и этические нормы, стандарты речевой культуры в профессиональной и социальной деятельности, организовывать и координировать работу медиаструктур	ПК-1.1. Организует сбор и оценку качества информации, необходимой для принятия управленческих решений	Знать критерии оценки достоверности информации, методы сбора актуальной информации в профессиональной сфере. Уметь осуществлять критический анализ получаемой информации в ходе профессиональной деятельности. Владеть навыками сбора и оценки информации, релевантной для функционирования медиаструктур и медиапроектов.
		ПК-1.2. Координирует деятельность творческих работников, ИТ-специалистов, административный персонал и других специалистов, вовлеченных в процесс создания медиапроекта или медиапродукта	Знать способы координации деятельности творческих работников, ИТ-специалистов, административных и других работников, вовлеченных в создание медиапроекта/медиапродукта Уметь анализировать способы взаимодействия со специалистами разных специалистов при реализации медиапроекта / создании медиапродукта Владеть навыками совместной деятельности со специалистами разного профиля при реализации медиапроекта/создании медиапродукта
		ПК-1.3. Осуществляет управленческий контроль за деятельностью медиапредприятия, медиаструктуры, медиапроекта	Знать организационные основы функционирования медиаструктуры /медиапроекта и необходимые для этого организационно-нормативные документы Уметь анализировать деятельность медиаструктуры/медиапроекта, нормативно-организационную и отчетную документацию Владеть навыком оценки эффективности медиаструктуры/медиапроекта по данным медиаметрии
		ПК-1.4. Определяет и осуществляет комплекс мероприятий, направленных на поддержку формирования корпоративной культуры с учетом правовых и этических норм, стандартов речевой культуры в профессиональной и социальной деятельности	Знать основные составляющие корпоративной культуры, стандарты речевой культуры в деятельности медиаспециалиста Уметь действовать в соответствии со стандартами корпоративной культуры организации Владеть навыками оценки речевой культуры сотрудников медиаструктуры / медиапроекта
2	ПК-2. Способен разрабатывать, планировать и реализовывать медиапроекты, связанные с распространением и популяризацией знаний в области русского языка, в сфере межкультурного речевого общения, речевого этикета в поликультурной среде; проектировать и	ПК-2.1. Разрабатывает концептуальные документы деятельности медиапроектов и медиапродуктов	Знать методику разработки концепции медиапроекта Уметь разрабатывать концепцию медиапроекта, формулируя цель, задачи, актуальность, ожидаемые результаты Владеть навыками публичного представления концепции проекта

	реализовывать соответствующие медиапроекты и/или медиапродукты	ПК-2.2 организационную медиапроектов	Формирует структуру	Знать теоретические аспекты проектного менеджмента, специфику процесса медиапланирования Уметь работать в команде и обеспечивать работу команды необходимыми ресурсами, осуществлять деловую коммуникацию с партнерами Владеть навыком анализа потребности медиапроекта в исполнителях, обладающих необходимыми компетенциями команды, навыками деловой переписки и ведения переговоров
		ПК-2.3. Разрабатывает и реализует медиапроекты, связанные с распространением и популяризацией знаний в области русского языка, в сфере межкультурного речевого общения, речевого этикета в поликультурной среде		Знать: теорию проектной деятельности, публичной коммуникации, этапы подготовки и представления результатов проектной деятельности Уметь: анализировать проекты, связанные с распространением и популяризацией русского языка, в сфере межкультурного общения; создавать отчетную документацию по проекту, Владеть: практическими навыками организации и планирования проектной деятельности в области популяризации русского языка, технологиями публичного представления результатов проектной деятельности
3	ПК-3. Способен подготовить и опубликовать материал на актуальную тему по профилю профессиональной деятельности на информационном ресурсе, спроектировать и реализовать рекламную кампанию с использованием интерактивных и мультимедийных средств	ПК-3.1 Разрабатывает и реализует проекты по продвижению и рекламе		Знать знает принципы организации деятельности по продвижению и рекламе, средства и способы ее осуществления Уметь планировать деятельность по продвижению медиапродукта/проекта в виртуальной среде, в том числе в социальных сетях Владеть практическими навыками применения приемов SEO-оптимизации и технологий SMM
4		ПК-3.2. Разрабатывает планы развития медиаструктур и медиапроектов		Знать принципы и правила планирования деятельности по реализации медиапроекта/созданию медиапродукта Уметь анализировать документы, связанные с функционированием медиаструктур и реализацией медиапроектов Владеть навыками создания и редактирования документов по проекту

		ПК-3.3. Модерирует разработку и высказывает предложения по совершенствованию материалов на актуальную тему по профилю профессиональной деятельности на информационном ресурсе, а также в области создания, ценообразования, дистрибуции и продвижения медиапродуктов	Знать жанры и форматы медиатекстов и медиапродуктов, основы дистрибуции медиапродуктов Уметь формулировать предложения по созданию медиаматериалов по профилю профессиональной деятельности, разрабатывать контент-план проекта Владеть навыком модерирования разработки и создания медиатекстов и медиапродуктов
5	ПК-4. Способен дать оценку качеству текста или медиапродукта, принять решение по возможности его публикации, использовать профессионально методы, формы и жанры для создания и обработки текстов для их публичного распространения на различных медианосителях	ПК-4.1. Формирует технические задания, ставит производственные задачи в области производства медиапроектов и медиапродуктов	Знать правила составления технических заданий для разных специалистов, вовлеченных в создание медиапродукта / реализацию медиапроекта Уметь формулировать производственные задачи для членов рабочей группы медиапроекта Владеть навыком работы в соответствии с техническим заданием
		ПК-4.2. Использует методы и формы создания и редактирования текстов	Знать методы подготовки научно-популярных, журналистских и продвигающих публикаций; методику редакторской работы с медиатекстами, требования к стилистическим качествам медиатекста Уметь создавать и редактировать медиатексты разных жанров в разных аспектах Владеть практическими навыками копирайтинга, творческого письма и редактирования текстового контента для публичного распространения на различных медианосителях
		ПК-4.3 Контролирует качество создания и обработки текстов, предназначенных для публичного распространения	Знать языковые нормы, требования к типовым жанрам медиатекстов, стандарты редактирования, виды правки, программное обеспечение, интернет-ресурсы для оценки качеств текста, основы лингвистической экспертизы медиатекста Уметь редактировать, трансформировать и реферировать различные типы текстов зависимости от задач профессиональной деятельности работать с системами контроля версий, реферирования и рецензирования текстов Владеть практическими навыками редактирования текстового контента для различных типов медиа; навыками использования систем искусственного интеллекта и программного обеспечения

			в целях контроля качества текстового продукта
--	--	--	---

3. МЕСТО ПРАКТИКИ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Практика входит в состав **обязательной части**.

Дисциплины (модули), изучение которых является **базовым для прохождения практики**:

Практика входит в часть ООП, формируемой участниками образовательных отношений.

Дисциплины (модули), изучение которых является базовым для прохождения практики:

Б1.О.05.03 Создание мультимедийного контента: форматы, структура, жанры

Б1.В.01 Модуль "Правовые, экономические и управленческие аспекты медиаиндустрии"

Б1.В.01.02 Медиаправо и медиабезопасность

Б1.В.01.03 Экономика и менеджмент медиа

Б1.В.01.04 Модуль «Продвигающие коммуникации»

Б1.В.01.04.01 Визуальные коммуникации и дизайн

Б1.В.01.04.02 Маркетинговые коммуникации

Б1.В.01.04.03 Спецпрактикум "Разработка и продвижение медиапродукта"

Б1.В.01.04.04 Модуль «Технологии работы с текстом»

Б1.В.01.04.04.01 Копирайтинг и творческое письмо

Б1.В.01.04.04.02 Стилистика и редактирование медиатекста

Б1.В.01.04.04.03 Лингвистическая экспертиза медиатекста

Б1.В.01.04.05 Модуль "Культура речевой коммуникации"

Б1.В.01.04.05.01 Ораторское мастерство и культура критики и дискуссии

Б1.В.01.04.03 Культура деловой коммуникации: современные тренды

Прохождение практики необходимо для изучения следующих дисциплин (модулей):

Б2.О.03(П) Преддипломная практика

Блок 3. Государственная итоговая аттестация

Б3.01 Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы

4. СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИКИ

Практика предусматривает:

- выполнение индивидуального задания, подготовленного руководителем практики;
- применение на практике полученных в процессе обучения знаний;
- ведение дневника практики;
- формирование отчета о прохождении практики, включающего результаты и выводы.

Разделы (этапы) практики и виды работы обучающегося на практике

1 Организационный

1.1 Установочная конференция. Общий инструктаж, инструктаж по использованию форм рабочих и отчетных документов,

участие в установочной и заключительной конференции по практике

1.2... Производственный инструктаж, знакомство с профилем деятельности организации в целом и со структурой подразделения прохождения практики; изучение нормативных документов, регламентирующих деятельность организации; изучение системы документооборота организации

2 Основной этап – прохождение практики

2.1 Выполнение производственных заданий; участие в решении конкретных профессиональных задач; сбор, обработка и систематизация фактического материала.

Задачи магистрантов-практикантов в СМИ:

- 1) детальное знакомство со структурой редакции, особенностями ее деятельности;
- 2) практическое участие в редакционном процессе;
- 3) овладение технологиями практической работы в информационных жанрах журналистики (новость, репортаж, интервью).

магистрант должен уметь выбрать тему, собрать необходимую информацию, профессионально общаться с источниками информации, подготовить к публикации не менее 5-ти журналистских материалов в информационных жанрах.

При представлении отчёта за практику необходимо сдать как уже опубликованные, так и подготовленные к печати материалы, находящиеся в «портфеле» редакции. Неопубликованные материалы, которые должны составлять не более 20 процентов общего объема материалов практики, заверяются руководством редакции как подготовленные к печати (с резолюцией редактора «Подготовлено к печати» и редакционной печатью).

При подведении итогов практики публикация за двумя подписями учитывается каждому из авторов как 0,5 публикации.

Задачи студентов-практикантов в пресс-службах и PR-агентствах:

- 1) изучить принципы деятельности пресс-службы / PR-агентства;
- 2) сформировать представление о профессиональных и личностных требованиях к специалисту данного профиля;
- 3) принять участие в практической деятельности пресс-службы / PR-агентства.

По итогам практики необходимо представить:

а) творческие материалы (описание проекта, в который был включен практикант). Описание проекта дается в форме кейса: проблематика, цель и задачи, целевая аудитория, стратегия, тактика, креативные решения, практические действия,

результаты. Если проект не был завершен – промежуточные и ожидаемые результаты;

б) заверенные (подпись руководителя и печать) текстовые материалы: пресс-релизы, приглашения, рекламные материалы и т.д.

Количество текстовых материалов – не менее 5.

Задачи магистрантов-практикантов в рекламных агентствах:

- 1) изучить принципы деятельности рекламного агентства;
- 2) сформировать представление о профессиональных и личностных требованиях к специалисту данного профиля;
- 3) принимать участие в практической деятельности рекламного агентства.

3 Отчетный

3.1 Заполнение дневника практики; получение отзыва-характеристики; составление и оформление отчета о практике; сдача отчета о практике на кафедру; защита отчета о практике

3.2 Итоговая конференция по практике.

Презентация отчетов по практике, рассказ о специфике базы практики, своих функциях, выполненных работах, созданных материалах