

**Аннотация
рабочей программы практики
«Первая производственная практика»**

Объем трудоемкости: 3 зачетные единицы (108 часов), 2 недели.

Цель дисциплины:

Целями «Первой производственной практики» является формирование навыков практической работы – организационной, методической, маркетинговой, творческой – в реальных условиях издательского дела.

Задачи дисциплины:

В задачи «Первой производственной практики» входит:

- закрепление теоретических представлений об организации работы редакции, издательства;
- знакомство с работой всех структурных подразделений редакции, издательства;
- формирование и выявление первых навыков редактирования материалов различного типа (1 авторский лист);
- приобретение практических навыков работы в издательской группе.

Место дисциплины в структуре ООП ВО

«Первая производственная практика» является частью основной образовательной программы подготовки студентов по направлению подготовки 42.03.03 Издательское дело. Содержание Первой производственной практики охватывает круг вопросов, связанных с получением студентами опыта и навыков работы в редакциях печатных и электронных СМИ, издательствах, интернет-ресурсах или на кафедрах и в лабораториях вуза, обладающих необходимым кадровым и научно-техническим потенциалом.

Она базируется на освоении следующих общепрофессиональных дисциплин: «Менеджмент в издательском деле», «Маркетинг в издательском деле», «Экономика издательского дела», «Редакторская подготовка изданий», «Разработка и выпуск печатного издания».

Обучающийся должен обладать «входными» знаниями и умениями, приобретенными в результате освоения предшествующих частей основной образовательной программы.

Прохождение «Первой производственной практики» необходимо для дальнейшего освоения направления, и, особенно, для изучения следующих дисциплин: «Предпринимательство в профессиональной сфере», «Основы теории и практики распространения издательской продукции», «Организация

финансово-хозяйственной деятельности издательства», «Редакционно-издательский практикум».

«Первая производственная практика» проводится в шестом семестре как самостоятельная работа студентов во внеаудиторное время в течение 2 недель.

Первая производственная практика проводится на базе факультета журналистики Кубанского государственного университета; муниципальных и районных редакциях, а также филиалов (отделений, редакций) общероссийских изданий, издательств, типографий, интернет-ресурсов, информационных агентств, редакционных и издательских отделов коммерческих и некоммерческих организаций – при наличии постоянного договора либо ходатайства на имя декана факультета.

Требования к уровню освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций: ОПК-1, ПК-20.

№	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			Знать	Уметь	Владеть
1.	ОПК-1	Способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности	Основные информационно-коммуникационные технологии и основные требования информационной безопасности.	Решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационно-библиографической культуры.	Культурой применения информационно-коммуникационных технологий с учетом основных требований информационной безопасности.
2.	ПК-20	Способность владеть методикой и техникой редактирования авторских оригиналов книжных, газетно-журнальных, электронных и иных изданий, контента цифровых документов	Основные характеристики проектируемых книжных, газетно-журнальных, рекламных, электронных и других изданий; сущностные характеристики произведения и издания; основы формирования издательского оригинала и	Оценивать авторские заявки и авторские оригиналы; редактировать авторские оригиналы книжных, газетно-журнальных, рекламных изданий, контент цифровых документов;	Навыками координирования работы над издательским проектом и организации работы с авторами; методами распространения цифровых изданий; опытом контроля выполнения договоров

			подготовки издания к выпуску.	разрабатывать состав, структуру и аппарат издания.	поставки и других документов, регламентирующих взаимодействие издающих структур и распространителей издательской продукции.
--	--	--	-------------------------------	--	---

Основные разделы дисциплины:

№ п/п	Этапы практики	Виды учебной деятельности на практике, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)		
		Лекции	Практические занятия под руководством специалиста предприятия/ организации	Самостоятельная работа
1.	Организационный этап (подготовка проекта приказа о проведении практики. Проведение установочной конференции по прохождению практики: ознакомление студентов с программой практики. Проведение инструктажа по технике безопасности на предприятии. Распределение студентов по базам практик).	4		
2.	Производственный этап (выполнение заданий наставника по практике, связанных редактированием текстов и маркетинговыми мероприятиями. Редактирование 1 авторского листа текста для отчетных документов по практике. Ведение дневника практики).		50	40
3.	Заключительный этап (подготовка отчета и дневника по практике, отчетных материалов, получение характеристики от руководителя предприятия).			12
4.	Итоговая аттестация (проведение отчетной конференции по практике. Обсуждение материалов практики. Защита итогового отчета по практике. Оценка руководителем результатов практики).	2		
	ИТОГО			108

Практика предусматривает следующие формы организации учебного процесса: практические работы и индивидуальные задания.

Программой практики предусмотрены следующие виды контроля.

Текущий контроль прохождения практики производится в следующих формах: ведение Дневника по практике, подготовка Отчета по практике, выполнение индивидуальных заданий / практических работ, сбор отчетных материалов.

Промежуточный контроль по окончании практики производится в следующей форме. Отчетные документы предоставляются на проверку и оценку руководителю практики факультета. Оценка выполнения программы практики может быть неудовлетворительно, удовлетворительно, хорошо, отлично. Оценка по практике приравнивается к оценкам по теоретическому обучению и учитывается при подведении итогов общей успеваемости студентов.

Основная литература:

1. Гавриленко Н.И. Маркетинг: Учебник. – 3-е издание переработанное и дополненное. – М.: Издательский центр «Академия», 2013.
2. Канке А.А., Кошечкина И.П. Основы логистики: Учебное пособие. – М.: КНОРУС, 2013.
3. Кузнецов Б.А. Экономика и организация издательской деятельности: Учебное пособие, 2-е издание переработанное и дополненное. – М.: ИД «Университетская книга», 2012.
4. Накорякова К.М. Справочник по литературному редактированию для работников СМИ. – М.: ФЛИНТА: Наука, 2011.
5. Основные стандарты по издательскому делу. / Сост. А.А. Джиги, С.Ю. Калинин. – М.: ИД «Университетская книга», 2011.
6. Сотникова О. Интернет-издания от А до Я: Учебное пособие. – М.: ЗАО Издательство «Аспект Пресс», 2014.

Дополнительная литература:

1. Божух С.Г. Маркетинговые исследования: Основные концепции и методы. – М.: СПб Вектор, 2005.
2. Букирева Т.А., Хлопунова О.В. Проблемы видо-типологической классификации изданий и функционирование книги как феномена в условиях современного рынка: Учебное пособие. – Краснодар: Парабеллум, 2010.
3. Головкин С.Б. Дизайн деловых периодических изданий: Учебное пособие. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2008.
4. Голубков Е.М. Маркетинговые исследования: Теория, методология, практика: Учебник. – 3-е издание переработанное и дополненное. – М.: Финпресс, 2003.
5. Графическая модель районной газеты. Метод. пособие. – Краснодар, 2006.

6. Дэвис Дж. Отбор и оценка рукописей. – М.: ИД «Университетская книга», 2008.
7. Ежова О.Е. Маркетинг в сервисной деятельности и туризме: Учебное пособие. / О.Е. Ежова. – Волгоград: МГУС, 2007.
8. Журавлева Т.А. Маркетинговые коммуникации: Учебное пособие. – М.: РГУТ и С, 2008.
9. История печати: Антология. Т. 3. – М.: Аспект Пресс, 2008.
10. Колгушкина А.В. Маркетинговые исследования. – М.: ГОУВПО МГУС, 2006.
11. Коротков А.В. Маркетинговые исследования. – М.: ЮНИТИ ДАНА 2005.
12. Маккей Дж. Все о журналах. – М.: ИД «Университетская книга», 2008.
13. Массмедиа российского мегаполиса: типология печатных СМИ. – СПб: СПб ГУ, 2009.
14. Морриш Дж. Издание журнала: от идеи до воплощения. – М.: ИД «Университетская книга», 2008.
15. Рябина Н.З. Технология редакционно-издательского процесса: Учебное пособие. – М.: Логос, 2008.
16. Румянцева Е.Л. Информационные технологии: Учебное пособие. – М.: ФОРУМ: ИНФРА-М, 2009.
17. Сбитнева А.А. Литературное редактирование: история, теория, практика. – М.: Флинта: Наука, 2009.
18. Форсайт П. Маркетинг в книгоиздании. – М.: ИД «Университетская книга», 2008.
19. Фрост К. Дизайн газет и журналов. – М.: ИД «Университетская книга», 2008.
20. Шомракова И.А. Всеобщая история книги. – СПб: Профессия, 2008.
21. Хлопунова О.В. Современные тенденции в издательском деле и полиграфии: Учебно-методическое пособие. – Краснодар, 2011.
22. Хорева Л.Н. Подготовка журналистского текста к печати. Пособие. – Краснодар, 2011.
23. Эриашвили Н.Д. Книгоиздание. Менеджмент. Маркетинг: Учебное пособие. – М.: ЮНИТИ-ДПНП, 2009.

Составил: д. ф. н., проф. кафедры публицистики и журналистского мастерства О.Н. Мороз