

АННОТАЦИЯ
ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКА
Б2.В.01.07(Пд) ПРЕДДИПЛОМНОЙ

Объем трудоемкости:

Объем практики составляет 12 зачетных единиц (432 часа), 2 часа выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем, и 430 часов самостоятельной работы обучающихся.

Продолжительность преддипломной практики 8 недель.

Время проведения практики С семестр.

Цель дисциплины:

Целью преддипломной практики является подготовка необходимых материалов для написания выпускной работы магистра.

Задачи дисциплины:

Сбор научной литературы по теме выпускной квалификационной работы магистра. Подготовка и написание выпускной квалификационной работы магистра.

Место дисциплины в структуре ООП ВО

Преддипломная практика является логическим завершением изучения всех дисциплин. Логическая взаимосвязь преддипломной практики с другими частями ООП прослеживается в наличие одинаковых терминов, схожих компонентов понятийно терминологических систем, единых общенаучных подходов к решению возникновения проблем (деятельностный подход, системный анализ).

Для прохождения преддипломной практики магистр должен закрепить полученные теоретические знания в области PR, подготовить литературу и материал по теме выпускной работы магистра/

Содержание преддипломной практики является логическим продолжением разделов ООП по направлению «Журналистика». Она базируется на освоении следующих дисциплин: «Методология и методы исследования в сфере СМИ», «Компьютерные технологии в журналистике и научных исследованиях».

Перечень планируемых результатов обучения при прохождении производственной практики, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы.

В результате прохождения преддипломной практики магистрант должен приобрести следующие *профессиональные* компетенции в соответствии с ФГОС ВО: ПК-4; ПК-6; ПК-7.

№ п.п.	Код компетенции	Содержание компетенции (или её части)	Планируемые результаты при прохождении практики
1.	ПК-4	готовностью выявлять и обосновывать актуальные проблемы для медиаисследований, самостоятельно их проводить, разрабатывать методологию, программы, методики, анализировать и презентовать результат	Знать актуальные проблемы для медиаисследований Уметь обосновывать актуальные проблемы для медиаисследований, самостоятельно их проводить Владеть готовностью выявлять и обосновывать актуальные проблемы для медиаисследований, самостоятельно их проводить, разрабатывать методологию, программы, методики, анализировать и презентовать результат
2.	ПК-6	готовностью аккумулировать, анализировать информацию из различных источников, необходимую для подготовки медиаконтента в форматах и жанрах повышенной сложности, разрабатывать аналитическое обоснование для медиапроектирования и медиамоделирования, способностью общаться с экспертами, представителями различных областей деятельности, работать со статистикой, официальными материалами, данными опросов общественного мнения, медиаметрическими показателями	Знать основы информационно-аналитической деятельности. Уметь аккумулировать, анализировать информацию из различных источников, необходимую для подготовки медиаконтента в форматах и жанрах повышенной сложности. Владеть навыками разработки аналитического обоснования для медиапроектирования и медиамоделирования, общаться с экспертами, представителями различных областей деятельности, работать со статистикой, официальными материалами, данными опросов общественного мнения, медиаметрическими показателями
3.	ПК-7	способностью осуществлять разработку концепции медиапроекта на базе знания современных принципов и методов медиапроектирования и медиамоделирования	Знать основы проектно-аналитической деятельности. Уметь осуществлять разработку концепции медиапроекта. Владеть способностью осуществлять разработку концепции медиапроекта на базе знания современных принципов и методов медиапроектирования и медиамоделирования.

Форма проведения аттестации по дисциплине: дифференцированный зачет

Основная литература:

1. Старжинский, В.П. Методология науки и инновационная деятельность [Электронный ресурс] : пособие для аспирантов, магистрантов и соискателей ученой степ. канд. наук техн. и экон.

спец. / В. П. Старжинский, В. В. Цепкало. - Минск : Новое знание ; М. : ИНФРА-М, 2017. - 327 с. : ил. - <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=900868>.

2. Структура и оформление бакалаврской, дипломной, курсовой работы и магистерской диссертации: учебно-методические указания / сост. М.Б. Астапов, О.А. Бондаренко. – Краснодар: Кубанский гос.ун-т, 2016. 49 с.

Дополнительная литература:

1. Деловое общение [Электронный ресурс] : учеб. пособие – Электрон. дан. – Москва : Дашков и К, 2013. – 528 с. – Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/56196>

2. Деловое общение : учебно-методический комплекс / Министерство культуры Российской Федерации, ФГБОУ ВПО «Кемеровский государственный университет культуры и искусств», Институт социально-культурных технологий, Кафедра управления социальной сферы и др. – Кемерово : КемГУКИ, 2014. – 92 с. ; То же [Электронный ресурс]. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=275366>

3. Дымова, И. Редактирование текстов массовой коммуникации : учебное пособие / И. Дымова ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Оренбургский государственный университет». – Оренбург : ОГУ, 2012. – 191 с. ; То же [Электронный ресурс]. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=259176>

4. Костромина, Е.А. Изучение рекламы как средства массовых коммуникаций: социолингвистический аспект : сборник статей / Е.А. Костромина. - Москва ; Берлин : Директ- Медиа, 2014. – 92 с. : ил. – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-4475-3088-4 ; То же [Электронный ресурс]. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=272546>

5. Ломова, О.С. Деловое общение специалиста по рекламе : учебное пособие / О.С. Ломова ; под ред. Л.М. Дмитриевой. - Москва :Юнити-Дана, 2015. - 237 с. : табл. - (Азбука рекламы). - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-238-01309-1 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114801>

6. Преснякова, Е.А. Работа копирайтера / Е.А. Преснякова. – Москва : Интернет-Университет Информационных Технологий, 2011. - 98 с. ; То же [Электронный ресурс]. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=234558>

7. Мясникова, М. А. Практика профессионального медиаобразования [Электронный ресурс] : учебное пособие / М. А. Мясникова. - Москва : Юрайт, 2017. - 179 с. - <https://www.biblio-online.ru/book/DA614B86-FA8C-4A21-9924-6A5AA9D4E89F>.

8. Судоргина, З. Копирайтинг: тексты, которые продаются / З. Судоргина. – Изд. 2-е. – Ростов-н/Д : Феникс, 2014. – 288 с. : ил. - (Бизнес-класс). – ISBN 978-5-222-21909-6 ; То же [Электронный ресурс]. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=256458>

9. Титова, Л.Г. Деловое общение : учебное пособие / Л.Г. Титова. - Москва :Юнити-Дана, 2015. - 271 с. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-238-00919-3 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=436853>

10. Шарков, Ф.И. Интегрированные коммуникации: Массовые коммуникации и медиапланирование [Электронный ресурс] : учеб. / Ф.И. Шарков, В.Н. Бузин. – Электрон. дан. – Москва : Дашков и К, 2015. – 488 с. – Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/56210>

Автор РПД: профессор, доктор. филол.наук, профессор

Р.В. Патюкова