

## АННОТАЦИЯ

### ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

Научно-исследовательской работы (3 этап)

Направление подготовки/специальность: 42.04.02 Журналистика

Магистерская программа: Паблик рилейшнз

#### **Объем трудоемкости:**

Объем практики составляет 9 зачетных единиц (324 часа), в том числе 1,5 часа, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем, и 322,5 часов самостоятельной работы обучающихся. Продолжительность практики 6 недель. Время проведения практики 7 курс.

#### **Цель дисциплины:**

Целью прохождения научно-исследовательской практики является развитие навыков самостоятельной научно-исследовательской деятельности магистрантов, получаемых магистрантами в работе научно-исследовательского семинара, формирование навыков профессионального экспертно-аналитического подхода к создаваемым проектам, стратегиям и программам развития с учетом компетенций, соответствующих профилю избранной магистерской программы.

Настоящая программа научно-исследовательской работы устанавливает требования к знаниям и умениям магистранта в части научно-исследовательской деятельности, осуществляется в форме проведения реального исследовательского проекта, который может быть связан как с разработкой теоретического направления, так и с анализом деятельности реальных организаций.

#### **Задачи дисциплины:**

В задачи научно-исследовательской работы входит формирование навыков самостоятельной научно-исследовательской деятельности, практическое освоение методов научных исследований с учетом специализации магистерской программы, а также сбор материала для подготовки магистерской диссертации

#### **Место дисциплины в структуре ООП ВО**

Научно-исследовательская работа является обязательным этапом обучения магистра по направлению «Журналистика». Она базируется на освоении следующих дисциплин: «Методология и методы исследования в сфере СМИ», «Компьютерные технологии в журналистике и научных исследованиях».

Обучающийся должен обладать «входными» знаниями и умениями, приобретенными в результате освоения предшествующих частей магистерской программы, включенных в базовую и вариативную часть учебного плана магистратуры.

Прохождение научно-исследовательской практики необходимо для дальнейшей работы над магистерской диссертацией.

Содержание научно-исследовательской работы 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 научно-исследовательской работы 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, <a href="#">программы</a> , 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, <a href="#">программы</a> , 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. 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. 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>
8. 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>
9. 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: док. филол. наук, доц. Патюкова Р.В.  
ст. преподаватель Николаева Ю.Е.