

**АННОТАЦИЯ
ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКА
ТВОРЧЕСКОЙ**

Направление подготовки/специальность: 42.04.02 Журналистика
Магистерская программа: Паблик рилейшнз

Объем трудоемкости:

Объем практики составляет 6 зачетных единиц (216 часа), в том числе 1 час, выделенный на контактную работу обучающихся с преподавателем, и 215 часов самостоятельной работы обучающихся. Продолжительность практики 4 недели. Время проведения практики 5 курс.

Время проведения практики А семестр.

Цель дисциплины:

Целью прохождения творческой практики является закрепление и углубление теоретической подготовки обучающихся, приобретение ими практических навыков и компетенций, а также опыта самостоятельной профессиональной деятельности.

Задачи дисциплины:

В задачи творческой практики входит закрепление теоретических знаний, полученных магистрантом в процессе обучения, приобретения практических навыков, необходимых для профессиональной деятельности в соответствии с требованиями к уровню подготовки магистранта.

Развитие умений по подготовке и редактированию PR текстов.

Место дисциплины в структуре ООП ВО

Творческая практика является обязательным этапом обучения магистра по направлению 42.04.02 «Журналистика». Она базируется на освоении следующих дисциплин направления и общепрофессиональных дисциплин: «Современные теории массовой коммуникации», «Типология средств массовой коммуникации», «Глобализация современного информационного пространства».

Обучающийся должен обладать «входными» знаниями и умениями, приобретенными в результате освоения предшествующих частей магистерской программы, включенных в базовую и вариативную часть учебного плана магистратуры. В частности, при прохождении практики необходимо изучение таких дисциплин как «Современный медиатекст», «Язык и стиль СМИ», «Политический медиатекст».

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

В результате прохождения творческой практики магистрант должен приобрести следующие *профессиональные* компетенции в соответствии с ФГОС ВО: ПК-1; ПК-2; ПК-3.

№ п.п.	Код компетенции	Содержание компетенции (или её части)	Планируемые результаты при прохождении практики
1.	ПК-1	готовностью создавать журналистский авторский медиаконтент в форматах и жанрах повышенной сложности, основываясь на углубленном понимании их специфики, функций, знании технологий и профессиональных стандартов	Знать специфику, функции, технологии и профессиональные стандарты журналистских авторских медиатекстов Уметь создавать журналистский авторский медиаконтент в форматах и жанрах повышенной сложности Владеть навыком создавать журналистский авторский медиаконтент в форматах и жанрах повышенной сложности, основываясь на углубленном понимании их специфики, функций, знании технологий и профессиональных стандартов
2.	ПК-2	готовностью выполнять различные виды редакционной работы с целью создания медийных проектов повышенной сложности	Знать основы создания медийных проектов повышенной сложности Уметь выполнять различные виды редакционной работы с целью создания медийных проектов повышенной сложности Владеть навыками редакционной работы с целью создания медийных проектов повышенной сложности
3.	ПК-3	готовностью осуществлять организационные, координационные, контролирующие обязанности, текущее планирование в соответствии со стратегией развития СМИ, медийных проектов	Знать организационные, координационные, контролирующие обязанности, текущее планирование в соответствии со стратегией развития СМИ. Уметь осуществлять организационные, координационные, контролирующие обязанности, текущее планирование в соответствии со стратегией развития СМИ, медийных проектов. Владеть навыками осуществлять организационные, координационные, контролирующие обязанности, текущее планирование в соответствии со стратегией развития СМИ, медийных проектов.

Форма проведения аттестации по дисциплине: дифференцированный зачет

Основная литература:

1. 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>
2. 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>
3. 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>
4. 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>
5. 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>

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. 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>
4. 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>

Автор РПД: док. филол. наук, доц. Патюкова Р.В.
ст. преподаватель Николаева Ю.Е.