

Аннотация к рабочей программе практики
«Б2.О.01.03(Пд) Преддипломная практика»
(код и наименование дисциплины)

Объем трудоемкости: 15 зачетных единиц

Цели практики:

Целью прохождения производственной практики (преддипломной практики (далее практики) является достижение следующих результатов образования: завершение работы над выпускной квалификационной работой магистранта.

Задачи практики:

1. закрепление теоретических знаний, полученных магистрами в процессе освоения образовательной программы;
2. подготовка итогового текста магистерской диссертации, автореферата и иных документов, необходимых для защиты ВКР;
3. получение отзыва и рецензии о выпускной квалификационной работе;
4. получение справки об уникальности работы, прохождение нормоконтроля, получение допуска к защите;
5. прохождение предзащиты ВКР (при необходимости).

Место практики в структуре ООП.

Производственная практика (преддипломная практика) относится к обязательной части Блок 2 ПРАКТИКА.

Практика базируется на освоении следующих дисциплин: «Методология и методика научного познания», «Актуальные проблемы издательского дела и полиграфии».

Производственная практика (преддипломная практика) является необходимым этапом подготовки магистрантов по направлению 42.04.03 Издательское дело. В процессе прохождения производственной практики (преддипломная практика) студенты совершенствуют познания в научно-исследовательской деятельности. Данный вид практики оказывает существенную поддержку в подготовке магистерской диссертации студента. Научная составляющая данной практики подразумевает формирование у студентов способности изучения и обобщения исторического и современного опыта отечественного и зарубежного издательского дела.

Производственная практика (преддипломная практика) является обязательным этапом для завершения обучения по направлению подготовки 42.04.03 Издательское дело.

Требования к уровню освоения дисциплины

Код и наименование индикатора*	Результаты прохождения практики
ОПК-1 Способен планировать, организовывать и координировать процесс создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов; отслеживать и учитывать изменение норм русского и иностранного языков, особенности иных знаковых систем.	
ИОПК-1.1. Создает востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты (коммуникационные продукты) с учетом изменений норм русского языка, особенностей иных знаковых систем	Знать нормы русского языка, особенности иных знаковых систем.
	Уметь создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты (коммуникационные продукты).
	Владеть навыками создания медиатекстов и медиапродуктов.

Код и наименование индикатора*	Результаты прохождения практики
<p>ИОПК – 1.2. Организует и координирует процесс создания медиатекстов и (или) медиапродуктов (коммуникационных продуктов) с учетом изменений норм русского языка, особенностей иных знаковых систем.</p>	Знать особенности создания медиатекстов и (или) медиапродуктов.
	Уметь организовывать процесс создания медиатекстов и (или) медиапродуктов.
	Владеть навыками координирования процесса создания медиатекстов и (или) медиапродуктов (коммуникационных продуктов) с учетом изменений норм русского языка, особенностей иных знаковых систем.
<p>ОПК-2. Способен анализировать основные тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах.</p>	
<p>ИОПК - 2.1 Критически анализирует основные тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах.</p>	Знать основные тенденции развития общественных и государственных институтов.
	Уметь разносторонне освещать тенденции развития общественных и государственных институтов.
	Владеть навыками критического анализа основных тенденций развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах.
<p>ИОПК – 2.2. Создает медиатексты и (или) медиапродукты (коммуникационные продукты) в целях разностороннего освещения развития общественных и государственных институтов с учетом тенденций развития общественных и государственных институтов.</p>	Знать основные тенденции развития общественных и государственных институтов.
	Уметь создавать медиатексты и (или) медиапродукты (коммуникационные продукты).
	Владеть навыками освещения развития общественных и государственных институтов с учетом тенденций развития общественных и государственных институтов.
<p>ОПК-3. Способен анализировать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов.</p>	
<p>ИОПК-3.1 Критически анализирует многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов</p>	Знать достижения отечественной и мировой культуры, в частности ассортимент издательской продукции России и мира, разнообразие ее видов.
	Уметь оценивать достижения отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов.
	Владеть навыками анализа достижений отечественной и мировой культуры, в частности ассортимента издательской продукции России и мира в аспекте их эффективности и востребованности у аудитории.

Код и наименование индикатора*	Результаты прохождения практики
ИОПК-3.2. Осуществляет анализ концепции периодических изданий с учетом достижений отечественной и мировой культуры	Знать достижения отечественной и мировой культуры, повлиявшие на концептуальные особенности периодических изданий
	Уметь осуществлять анализ концепции периодических изданий с учетом достижений отечественной и мировой культуры
	Владеть навыками анализа концепции периодических изданий с учетом достижений отечественной и мировой культуры
ОПК-4. Способен анализировать потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты.	
ИОПК - 4.1. Анализирует контакты с внешней средой в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты.	Знать методы анализа аудитории СМИ, факторы, определяющие конкурентоспособность предприятия СМИ, правовые аспекты издательской деятельности.
	Уметь использовать полученные знания на практике.
	Владеть методами оценки спроса на медиапродукты.
ИОПК – 4.2. Планирует и координирует работу подразделений СМИ с учетом потребностей общества и интересов аудитории;	Знать методы координации подразделений СМИ.
	Уметь координировать работу подразделений СМИ, ориентируясь на запросы общества и интересы аудитории.
	Владеть навыками планирования работы подразделений СМИ с учетом потребностей общества и интересов аудитории.
ОПК-5 Способен для принятия профессиональных решений анализировать актуальные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования.	
ИОПК - 5.1. Критически анализирует актуальные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, необходимые для планирования и координации деятельности подразделений.	Знать источники информации о медиакоммуникационных системах региона, страны и мира, политические и экономические механизмы функционирования отрасли, правовые и этические нормы регулирования деятельности в медиаиндустрии
	Уметь выявлять тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования
	Владеть навыками анализа актуальных тенденций развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира.
ИОПК – 5.2. Разрабатывает концепцию и модель периодического	Знать принципы разработки концепции и модели периодического издания, особенности

Код и наименование индикатора*	Результаты прохождения практики
издания с учетом тенденций развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования.	работы редактора над концепцией и моделью периодического издания.
	Уметь при разработке концепции и модели периодического издания руководствоваться современными тенденциями развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования.
	Владеть навыками работы над концепцией и моделью периодического издания.
ОПК-6 Способен отбирать и внедрять в процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии.	
ИОПК - 6.1. Критически оценивает и отбирает современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии в профессиональной сфере.	Знать современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии, применяемые в издательском деле.
	Уметь использовать технические средства и информационно-коммуникационные технологии, необходимые для верстки макета и подготовки медиапроекта.
	Владеть навыками оценки и отбора современных технических средств и информационно-коммуникационных технологий.
ИОПК – 6.2. Внедряет в процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии.	Знать особенности процесса медиапроизводства.
	Уметь внедрять в процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии.
	Владеть в достаточной мере информационнокоммуникационными технологиями, применяемыми в издательском деле при создании медиапроекта и современными техническими средствами, необходимыми для выполнения индивидуального задания.
ОПК-7. Способен оценивать и прогнозировать возможные эффекты в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности.	
ИОПК- 7.1. Критически оценивает принципы социальной ответственности в профессиональной деятельности редактора СМИ.	Знать принципы социальной ответственности в профессиональной деятельности редактора СМИ
	Уметь оценивать принципы социальной ответственности в профессиональной деятельности редактора СМИ
	Владеть навыками анализа принципов социальной ответственности в

Код и наименование индикатора*	Результаты прохождения практики
	профессиональной деятельности редактора СМИ
ИОПК – 7.2. Прогнозирует возможные эффекты в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности в профессиональной деятельности редактора СМИ.	Знать особенности прогнозирования возможных эффектов в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности в профессиональной деятельности редактора СМИ
	Уметь прогнозировать возможные эффекты в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности в профессиональной деятельности редактора СМИ
	Владеть навыками прогнозирования возможных эффектов в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности в профессиональной деятельности редактора СМИ
ПК–01 Способен соблюдать нормативные и технологические требования при разработке концепции авторских проектов.	
ИПК-01.1 Оценивает авторские идеи с точки зрения соответствия формату, целевой аудитории и политике СМИ, предлагает оптимизацию концепции авторских проектов.	Знать виды периодических изданий и запросы целевой аудитории
	Уметь оценивать концепцию, структуру, содержание и оформление периодического издания с позиции востребованности у аудитории и соответствия политике данного СМИ
	Владеть навыками оптимизации концепции периодических изданий с позиции востребованности у аудитории и соответствия формату издания и политике данного СМИ.
ИПК – 01.2 Разрабатывает авторский проект с соблюдением нормативных и технологических требований.	Знать нормативные и технологические требования, предъявляемые к периодическим изданиям
	Уметь соблюдать нормативные и технологические требования, предъявляемые к периодическим изданиям
	Владеть навыками формирования модели авторского проекта с соблюдением нормативных и технологических требований
ПК-02 Способен осуществлять планирование и координацию работы подразделений СМИ, проводить анализ результатов этой деятельности, устанавливать и поддерживать контакты с внешней средой.	
ИПК - 02.1. Критически анализирует организацию работы подразделений СМИ.	Знать приемы и методы организации работы в подразделениях и организациях СМИ
	Уметь анализировать организацию работы в организациях СМИ в соответствии со стратегией развития СМИ, медийных проектов, сетевых изданий/сайтов
	Владеть навыками анализа организации работы в СМИ в соответствии со стратегией развития СМИ

Код и наименование индикатора*	Результаты прохождения практики
ИПК - 02.2. Планирует и координирует работу подразделений СМИ согласно установленным графикам работы организации на определенный период.	Знать приемы и методы координации и планирования в подразделениях и организациях СМИ
	Уметь осуществлять планирование работы СМИ в соответствии со стратегией развития СМИ
	Владеть навыками планирования работы СМИ в соответствии со стратегией развития СМИ
ПК-03 Способен выявлять и формулировать актуальные научные проблемы, обобщать и критически оценивать опыт деятельности подразделений СМИ и предприятий издательского дела.	
ИПК - 03.1. Выявляет и формулирует актуальные научные проблемы в области планирования и координации деятельности подразделений СМИ и предприятий издательского дела.	Знать круг актуальных научных проблем в области издательского дела.
	Уметь выявлять актуальные научные проблемы в области планирования и координации деятельности подразделений СМИ.
	Владеть навыками формулирования научных проблем в области планирования и координации деятельности подразделений СМИ и предприятий издательского дела.
ИПК - 03.2. – Анализирует и обобщает опыт работы основных структурных подразделений СМИ и предприятий издательского дела.	Знать особенности анализа опыта работы основных структурных подразделений СМИ и предприятий издательского дела.
	Уметь анализировать опыт работы основных структурных подразделений СМИ и предприятий издательского дела.
	Владеть навыками обобщения опыта работы основных структурных подразделений СМИ и предприятий издательского дела.
ИПК - 03.3 – Составляет практические и методические рекомендации по внедрению результатов научного исследования в издательском деле.	Знать особенности внедрения результатов научного исследования в издательском деле.
	Уметь составлять методические рекомендации по внедрению результатов научного исследования в издательском деле.
	Владеть навыками практического внедрения результатов научного исследования в издательском деле.

В результате прохождения практики студент должен приобрести следующие компетенции в соответствии с ФГОС ВО и учебным планом.

Структура и содержание практики:

Объем практики составляет 15 зачетных единиц (540 часов), 3 часа ИКР, 537 часов СРС, в том числе 180 часов в форме практической подготовки. Продолжительность практики 10 недель. Время проведения практики 4 семестр.

Содержание разделов программы практики, распределение бюджета времени практики на их выполнение представлено в таблице.

№ п/п	Разделы (этапы) практики по видам учебной	Содержание раздела	Бюджет времени,
-------	---	--------------------	-----------------

	деятельности, включая самостоятельную работу		(недели, дни)
1.	Подготовительный этап	<p>Ознакомительная (установочная лекция). Ознакомление с целями, задачами, содержанием и организационными формами производственной практики (научно-исследовательской практики), формами отчетности и требованиям к отчетным документам, прохождение инструктажа по требованиям охраны труда, инструктажа по технике безопасности, инструктажа по пожарной безопасности, инструктажа по правилам внутреннего трудового распорядка. Изучение рабочей программы практики, рабочего учебного плана. Согласование рабочего графика (плана) проведения практики.</p>	1-2 день практики
2.	Научно-исследовательский этап	<p>Работа над теоретической частью выпускной квалификационной работой (магистерской диссертацией). Сбор материала:</p> <ul style="list-style-type: none"> - подбор отечественной литературы; - подбор зарубежной литературы; - подбор интернет-ресурсов; - работа с научной периодикой; - работа со справочными изданиями. <p>Систематизация изученных материалов и разработка методов исследования.</p> <p>Изучение степени разработанности исследования, определение актуальности, предмета, объекта исследования, целей и задач исследования, методов исследования.</p> <p>Описание теоретико-методологической базы исследования. Подготовка введения, заключения, содержания, списка использованных источников, приложений. Представление структурных элементов научному руководителю.</p> <p>Разработка автореферата.</p> <p>Оформление выводов по теоретической части исследования.</p> <p>Редактирование теоретической части</p>	1-4 неделя практики

		Представление теоретической части научному руководителю.	
3.	Практическая подготовка (производственный этап)	Работа над практической частью выпускной квалификационной работой (магистерской диссертацией). Проведение анализа эмпирического материала и описание полученных результатов. Оформление выводов по практической части исследования. Редактирование практической части. Представление практической части научному руководителю.	5-9 неделя практики
4.	Подготовка отчетных документов по практике	Формирование пакета документов по производственной практике (преддипломной практике). Самостоятельная работа по составлению и оформлению отчета по результатам прохождения производственной практике (преддипломной практики). Публичное выступление с отчетом по производственной практике (преддипломной практики).	10-я неделя практики

Форма проведения аттестации по дисциплине: дифференцированный зачет с выставлением оценки

Автор: Абрамова Г.А., д-р филол. наук, профессор кафедры издательского дела, стилистики и медиаиндустрии.