

Аннотация к рабочей программе практики  
«Б2.О.01.01(Н) Научно-исследовательская работа»  
(код и наименование дисциплины)

**Объем трудоемкости:** 15 зачетных единиц

**Цели практики:**

Целью прохождения производственной практики (научно-исследовательской работы (далее практики) является изучение и обобщение исторического и современного опыта отечественного и зарубежного издательского дела в аспекте редакционно-издательской деятельности и формирование следующих компетенций, регламентируемых ФГОС ВО: ОПК-3.1, ОПК-3.2, ОПК-4.1, ОПК 4.2, ПК-01.1, ПК-01.2.

**Задачи практики:**

1. Знать методы анализа и систематизации научной информации.
2. Проводить сбор и систематизацию научной информации по проблемам текстологии, текстологии и издательского дела.
3. Понимать потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты (коммуникационные продукты).

**Место дисциплины в структуре образовательной программы**

Производственная практика (научно-исследовательская работа) относится к обязательной части Блок 2 ПРАКТИКА.

Практика базируется на освоении следующих дисциплин: «Методология и методика научного познания», «Актуальные проблемы издательского дела и полиграфии». Для успешного прохождения производственной практики (научно-исследовательской работы) магистрант должен уметь проводить научные исследования соответствующего уровня, владеть методикой подготовки научных докладов, рефератов, статей, знать принципы проведения научного исследования.

**Требования к уровню освоения дисциплины**

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

Код и наименование индикатора*	Результаты прохождения практики
<b>ОПК-3 Способен анализировать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов и (или) коммуникационных продуктов</b>	
ИОПК-3.1 Критически анализирует многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	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
<b>ОПК-4 Способен анализировать потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты и (или) коммуникационные продукты</b>	
ИОПК - 4.1. Анализирует контакты с внешней средой в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты;	Знает методы анализа аудитории СМИ, факторы, определяющие конкурентоспособность предприятия СМИ, правовые аспекты издательской деятельности.
	Умеет использовать полученные знания на практике.
	Владеет методами оценки спроса на медиапродукты.
ИОПК – 4.2. Планирует и координирует работу подразделений СМИ с учетом потребностей общества и интересов аудитории;	Знает современные концепции маркетинговой теории, инструменты маркетинга, специфику маркетинга подразделений СМИ
	Умеет планировать и координировать работу подразделений СМИ, ориентируясь на запросы общества и интересы аудитории.
	Знает методы анализа аудитории СМИ, факторы, определяющие конкурентоспособность предприятия СМИ, правовые аспекты издательской деятельности.
<b>ПК–01 Способен анализировать и систематизировать отечественную и зарубежную научную информацию по проблемам текстологии, текстологии и издательского дела.</b>	
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

Код и наименование индикатора*	Результаты прохождения практики
	Уметь соблюдать нормативные и технологические требования, предъявляемые к периодическим изданиям
	Владеть навыками формирования модели авторского проекта с соблюдением нормативных и технологических требований

**Структура и содержание практики:**

Объем практики составляет 15 зачетных единиц (540 часов), 5 часов ИКР, 535 часов СРС. Продолжительность практики 10 недель. Время проведения практики 2 семестр.

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

№ п/п	Разделы (этапы) практики по видам учебной деятельности, включая самостоятельную работу	Содержание раздела	Бюджет времени, (недели, дни)
1.	Подготовительный этап	Ознакомительная (установочная лекция). Ознакомление с целями, задачами, содержанием и организационными формами производственной практики (научно-исследовательской работы), 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.	1-2 день практики
2.	Научно-исследовательский этап	Сбор материала. Обработка и анализ полученной информации. Подготовка индивидуального задания (написание статьи по научной тематике кафедры): 1. Выбор темы статьи. 2. Сбор и анализ информации по исследуемой теме (статьи, монографии, научная литература и т.п.). 3. Работа над аннотацией. 4. Написание вводной части статьи. 5. Написание основной части статьи. 6. Написание заключения статьи.	1-5 неделя практики

		<p>7. Составление списка использованной литературы.</p> <p>8. Работа над выделением ключевых слов статьи.</p> <p>9. Оформление статьи:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- работа над языком и стилем изложения</li> <li>- работа над цитатами и ссылками</li> <li>- работа над библиографическим списком.</li> </ul>	
3.	Практическая подготовка (производственный этап)	<p>Знакомство с научно-исследовательской работой кафедры издательского дела, стилистики и медиаиндустрии. Анализ работы. Вычитка, подготовка к публикации в сборник по результатам проведения научно-практической конференции «Традиции и инновации в массовой коммуникации» статьи студента, аспиранта, магистранта. Оформление результатов работы.</p>	5-9 неделя практики
4.	Подготовка отчетных документов по практике	<p>Формирование пакета документов по производственной практике (научно-исследовательской работе). Самостоятельная работа по составлению и оформлению отчета по результатам прохождения производственной практики (научно-исследовательской работы). Публичное выступление с отчетом по производственной практике (научно-исследовательской работе).</p>	10-я неделя практики

**Форма проведения аттестации по дисциплине:** дифференцированный зачет с выставлением оценки

Автор: Костенкова В.В., канд. филол. наук, доцент кафедры издательского дела, стилистики и медиаиндустрии.