

Образовательная автономная некоммерческая организация высшего образования «МОСКОВСКАЯ ВЫСШАЯ ШКОЛА СОЦИАЛЬНЫХ И ЭКОНОМИЧЕСКИХ НАУК»

Факультет свободных искусств и наук

УТВЕРЖДЕНА
Ученым советом ОАНО
«МВШСЭН»
(в составе ОП)

Протокол № 61 от 16.06.2020

ПРОГРАММА ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

Б2.О.02(П) Профессиональная практика
по направлению подготовки

41.03.06 Публичная политика и социальные науки

Программа бакалавриата "Современный медиатекст"

Форма обучения
Очная

Год набора - 2021

Москва, 2020 г.

Автор(ы)–составитель(и):

К.э.н. Иванова Надежда Юрьевна

Заведующий кафедрой

Калашникова М.В.

СОДЕРЖАНИЕ

1.

1. Вид практики, способы и формы ее проведения

Б2.0.02(П) Профессиональная практика:

Вид практики – производственная практика.

Тип практики – профессиональная практика

Способ проведения практики – стационарный.

2. Планируемые результаты практики

2.1. Б2.0.02(П) Профессиональная практика обеспечивает овладение следующими компетенциями:

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Индикаторы освоения компетенции
ПК-4	умение управлять потоками информационного взаимодействия общественных и государственных организаций с населением	ПК-4.5	На уровне знаний: информационные коммуникации, общественные и государственные организации На уровне владения: владеет коммуникационными методиками На уровне навыков: составления публикаций, обзоров и аннотаций по современным трендам
ПК-17	способность к подготовке текстовых и аудиовизуальных информационных материалов	ПК-17.5	На уровне знаний: медиатексты различного типа На уровне владения: владеет спецификой проведению мониторинга и анализа средств массовой информации На уровне навыков: подготавливает различного вида текстовые и информационные материалы

2.2. В результате прохождения Б2.0.02(П) Профессиональной практики у студентов должны быть сформированы:

ОТФ/ТФ (при наличии профстандарта)/ профессиональные действия	Код этапа освоения компетенции	Планируемые результаты обучения при прохождении практик

<p>ПС-11.005 В/02.7 - оценка рейтинговых позиций существующих продуктов телерадиовещательных СМИ и планирование будущих проектов;</p>	<p>ПК-9.5</p>	<p>на уровне знаний: Конъюнктура рынка медиапродуктов Особенности целевой аудитории, ее социальные и психологические характеристики</p> <p>на уровне умений: Выбирать наиболее эффективные методы, способы и средства получения информации Анализировать данные зрительского поведения и конкурентного окружения, следить за новыми тенденциями на рынке Определять сильные и слабые стороны конкурентов Использовать данные социологических исследований по изучению спроса на продукты телерадиовещательных СМИ</p> <p>на уровне навыков: Определение необходимости исследования спроса на продукты/проекты Анализ результатов мониторинга рейтингов телерадиовещательных средств массовой информации Оценка эффективности и актуальности продукта/проекта</p>
<p>ПС-11.005 Определение формата, тематики и оценка материала для нового продукта телерадиовещательных СМИ А/01.6</p>	<p>ПК-9.5</p>	<p>на уровне знаний: Современные информационно-коммуникационные технологии Информационная специализация СМИ Конъюнктура медийного рынка, мировые тенденции в медиаиндустрии Корпоративные требования к продуктам телерадиовещательных СМИ История России, новейшая история и основы международной политики</p> <p>на уровне умений: Анализировать информацию из различных источников, определять степень ее достоверности, ориентироваться в новостном пространстве, информационном поле Прогнозировать (оценивать) успешность будущего продукта</p> <p>на уровне навыков: Поиск идеи/материала для нового продукта по результатам анализа российских и зарубежных источников информации Определение темы и основного содержания нового продукта и новостного блока Оценка оригинальности идеи нового продукта Оценка актуальности нового продукта, его художественной ценности и востребованности</p>

3. Объем и место практики в структуре образовательной программы

6 зачетных единиц (216/166 академических/астрономических часов), продолжительность практики - 4 недели в 6 семестре.

Место практики в структуре ОП ВО

Б2.0.02(П) Профессиональная практика реализуется после изучения следующих дисциплин: Б1.0.03 «История России», Б1.0.04 «Всеобщая история», Б1.0.05 «Безопасность жизнедеятельности», Б1.0.09 «Философия», Б1.0.08 «Русский язык и основы редактирования», Б1.0.10 «Введение в филологию» и др.

Прохождение Б2.0.02(П) Профессиональной практика бакалавров является необходимой основой для прохождения практики: Б2.0.03(Пд) Преддипломной практики.

4. Содержание практики

№ п/п	Этапы практики	Виды работ
1	Подготовительный этап	Организационное собрание обучающихся с руководителем практики. Ознакомление с порядком проведения практики, мерами безопасности, с документами отчетности. Составление план-графика проведения практики. Выдача индивидуальных заданий для студентов, выполняемых в период практики.
2	Основной этап	Своевременное прибытие к месту прохождения практики. Изучение целей, задач, видов деятельности и организационной структуры организации. Изучение нормативно-правовых актов, регламентирующих деятельность организации. Сбор материалов в соответствии с индивидуальным заданием на практику. В этот же период практиканты собирают и обрабатывают материал к отчету, пишут разделы отчета, а также выполняют указания, относящиеся к практике, руководителей практики как от Академии, так и от профильной организации Соблюдение правил внутреннего трудового распорядка организации и правил пожарной безопасности.
3	Заключительный этап	Обработка и анализ полученной информации. Оформление отзыва о работе студента в ведомстве (организации), в котором практика была успешно пройдена. Формирование отчета по результатам прохождения практики. Защита отчета о прохождении практики.

5. Формы отчетности по практике

По окончании практики студент предоставляет на кафедру следующие документы:

1. отчет по практике, оформленный в установленном порядке;
2. отзыв-характеристику руководителя практики от Академии;
3. отзыв руководителя практики от профильной организации, заверенный печатью организации;
4. индивидуальное задание руководителя практики от Академии;
5. дневник практики.

Дневник прохождения практики

Выполненную за каждый день работу с указанием сведений, материалов, полученных при прохождении практики студент должен заносить в дневник.

Дневник содержит:

- информацию о месте и сроках прохождения практики;
- календарный график прохождения практики;
- наименование подразделения, где проходила практика;
- содержание разрабатываемых и изучаемых вопросов практики, выполненная по ним работа;
- дополнительная работа, выполненная студентом;
- календарные сроки изучения вопросов практики и выполненных работ;
- список материалов, собранных студентом в период прохождения практики (для курсовых, научных и дипломной работ);
- замечания и рекомендации руководителя практики от кафедры, сделанные в период прохождения студентом практики.

По окончании практики дневник подписывается руководителем практики от организации.

Дневник сдается вместе с отчетом о практике, после его регистрации на кафедре, руководителю практики от кафедры.

В отчете необходимо отразить следующие позиции (примерный перечень показателей для анализа):

1. Общие сведения о компании (организации):
 - Полное наименование организации, логотип, торговая марка, юридический адрес, сайт и местоположение.
 - Сфера и основные направления деятельности организация.
 - Организационно-правовая форма организация, его оргструктура, функции отдела прохождения практики.
 - Перечень внутренних нормативных документов, регулирующих деятельность организации.
 - Миссия компании, ее стратегические цели.
 - Основные услуги, предоставляемые данной организацией, их краткая характеристика.
 - Затраты организация, в том числе затраты на создание услуг, затраты на маркетинг и реализацию, административные расходы.
2. Основные показатели деятельности организация по оказанию медиа услуг:
 - Продажи (объем и структура по услугам и рынкам).
 - Доля рынка (по услугам и рынкам, сегментам рынка) и конкурентная позиция компании.
 - Лояльность и число клиентов, динамика их количественного роста или сокращения, жалобы и рекламации.
 - Преимущества и недостатки работы организация с клиентами; оценка работы организация по привлечению клиентов.

- Информационные технологии, используемые организацией.
 - Планирование и контроль деятельности организация.
3. Выводы по анализу деятельности организация, явившегося местом прохождения практики.

Отчет по практике предоставляется в печатном виде на листах формата А4, для приложений допускается использование формата А3, верхнее и нижнее поля – 20 мм, правое 15 мм, левое – 30 мм, выравнивание текста – по ширине, абзацный отступ – 1,25 см. Объем отчета (без учета отзыва руководителя практики от организации, индивидуального задания руководителя дипломной работы (проекта), для обучающихся, направляемых на практику) должен составлять 15-25 страниц печатного текста. Текст готовится с использованием текстового редактора Microsoft Word (или аналога) через 1,5 интервала с применением 14 размера шрифта Times New Roman.

В Приложении к работе студент должен привести копии документов, изученных в процессе прохождения практики, а также таблицы, рисунки и другой иллюстративный материал.

6. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации по практике

6.1. Формы и методы текущего контроля успеваемости обучающихся и промежуточной аттестации.

6.1.1. В ходе реализации практики по получению первичных профессиональных умений и навыков используются следующие методы текущего контроля успеваемости обучающихся:

руководитель практики регулярно через Интернет получает объективную информацию от студентов о ходе выполнения задания на практику и подготовке отчета.

6.1.2. Промежуточная аттестация проводится в форме доклада с применением следующих методов (средств):

презентация результатов практики в электронном виде.

6.2. Материалы текущего контроля успеваемости

Педагогическая практика проводится путем:

- выполнения учебных проектов;
- разработки бизнес-планов;
- разработки сетевых проектов;
- создания рекламы в социальной сети (посредством создания группы, сообщества, или на своей странице).
- с применением имитационных, ролевых и деловых игр и иных видов учебной деятельности, обеспечивающих самостоятельную учебно-профессиональную деятельность (например: работа волонтерами, сопровождение выставок, музыкальных фестивалей и т.д.).

Текущий контроль прохождения студентами практики осуществляется преподавателями кафедры, руководителями практики. Руководители посещают организации для уточнения задач практики, для контроля посещаемости, контроля

соответствия выполняемых работ. Консультации с руководителями практики. Отслеживание хода прохождения практики студентами: выполнение трудового распорядка, текущее состояние записей, заметок по практике и т.д.

6.3. Оценочные средства для промежуточной аттестации.

Типовые вопросы для оценивания знаний, умений, владений, полученных в ходе практики:

1. Мультимедийный контент. Рынок медиа структур. Кросс-медийные проекты. Интерактивные технологии. Интернет-порталы. Социальные сети. Блоги. Мобильные приложения.
2. Примеры крупнейших информационных площадок (Yahoo, BBC, Риа Новости, Financialtimes, Yandex, Комсомольская правда)
3. Размещение рекламы в конвергентных СМИ. Оценка эффективности проводимой рекламной компании. Принципы работы с аудиторией в интернете.
4. Маркетинг информационных проектов. Анализ статистики посещаемости.
5. Организация продаж рекламы в конвергентных СМИ. Оценка эффективности размещения рекламы.
6. Анализ существующих кросс-медийных проектов. Примеры интерактивных мобильных приложений. Релевантность. Анализ понятия “репост”, “друзья”, “подписчики” в социальных сетях. Оценка целевой аудитории, объемов групп и сообществ. Анализ популярности мобильных приложений.
7. Таргетированная реклама. Баннеры. Монетизация мобильных приложений. Рекламные сети AdMob, MillennialMedia, Adfonic. Консоль статистики. Скорость заполнения.
8. Анализ статистики посещаемости для конкретных медиа площадок.
9. Расчет стоимости размещения рекламы на сайтах поисковых систем, социальных сетей, интернет-порталах и блогах. Оценка привлекательности медиа площадки в зависимости от требований заказчика рекламной компании.

Шкала оценивания

Критерии оценки при защите отчёта по практике:

Оценка «Отлично» («зачтено») выставляется при выполнении отчёта по практике в полном объеме, отчёт отличается глубиной проработки и грамотным содержанием всех разделов, обучающийся свободно владеет информацией об исследуемом предприятии, на все вопросы отвечает обосновано и убедительно.

Оценка «Хорошо» («зачтено») выставляется при выполнении отчёта по практике в полном объеме, отчёт отличается глубиной проработки и грамотным содержанием всех разделов, обучающийся свободно владеет информацией об исследуемом предприятии, на большинство вопросов даны обоснованные ответы.

Оценка «Удовлетворительно» («зачтено») выставляется при выполнении отчёта по практике не в полном объеме, отчёт не отличается грамотным содержанием всех разделов, обучающийся частично владеет информацией об исследуемом предприятии, на вопросы отвечает неуверенно или допускает ошибки.

Оценка «Неудовлетворительно» («незачтено») выставляется, когда обучающийся не может защитить свой отчёт по практике, допускает грубые фактические ошибки при ответах на поставленные вопросы или вовсе на них не отвечает.

Студент, не выполнивший программу практики по уважительной причине, направляется на практику вторично.

6.3. Методические материалы

Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений и владений

В ходе сбора материалов для выпускной квалификационной работы бакалавра студенты используют технологии конспектирования, реферирования, анализа научной и методической литературы по специальности, сбора и обработки практического материала, написания отчета.

Методами получения информации в исследованиях, проводимых в ходе практики являются: наблюдение, опрос работников организация (организации), в том числе руководителя практики от организация, а также потребителей; сбор информационных материалов (прайс-листов, каталогов, финансовых отчетов, проспектов и т.д.).

Самоанализ результатов деятельности содержит оценку достигнутых результатов: насколько успешно и в каком объеме удалось выполнить поставленные учебные задачи, какие знания, навыки и умения получены и т.д. Формулируются общие выводы о проделанной работе.

Для подведения итогов практики студентов кафедра создает комиссию, утверждаемую решением кафедры. Студент, получивший неудовлетворительную оценку при защите отчета, направляется на практику повторно или исключается из Учебного заведения. Сведения по итогам защиты отчета о практике заносятся в ведомость и зачетную книжку студента.

7. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

7.1. Основная литература

1. Моделирование медиатекста [Электронный ресурс]: монография/ В.В. Богуславская [и др.].— Электрон. текстовые данные.— Саратов: Ай Пи Ар Медиа, 2020.— 180 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/88597.html>.— ЭБС «IPRbooks»
2. Публичная политика: институты, цифровизация, развитие [Электронный ресурс]: коллективная монография/ Е.А. Блинова [и др.].— Электрон. текстовые данные.— Москва: Аспект Пресс, 2018.— 352 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/87954.html>.— ЭБС «IPRbooks»
3. Кущенко С.В. Публичная политика и научно-технический прогресс [Электронный ресурс]: учебно-методическое пособие/ Кущенко С.В.— Электрон. текстовые данные.— Новосибирск: Новосибирский государственный технический университет, 2019.— 35 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/98813.html>.— ЭБС «IPRbooks»

7.2. Дополнительная литература

1. Вирен Г. Современные медиа. Приемы информационных войн [Электронный ресурс]: учебное пособие для студентов вузов/ Вирен Г.— Электрон. текстовые

- данные.— Москва: Аспект Пресс, 2016.— 128 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/56990.html>.— ЭБС «IPRbooks»
2. Социальная реклама [Электронный ресурс]: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Реклама» и «Связи с общественностью»/ Л.М. Дмитриева [и др.].— Электрон. текстовые данные.— Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2017.— 271 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/81676.html>.— ЭБС «IPRbooks»
 3. Гендина Н.И. Медийно-информационная грамотность и информационная культура библиотечно-информационных специалистов в условиях цифровой среды [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Гендина Н.И., Косолапова Е.В., Рябцева Л.Н.— Электрон. текстовые данные.— Москва: Ай Пи Ар Медиа, 2020.— 512 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/99907.html>.— ЭБС «IPRbooks»

7.3. Нормативные правовые документы

1. 1. Федеральный закон "О рекламе" от 13.03.2006 N 38-ФЗ

7.4. Интернет-ресурсы

1. <http://advtime.ru/>
2. <http://reklama-region.com/>
3. <http://www.adindex.ru/>
4. www.advertology.ru
5. <http://www.advi.ru/>

7.5. Иные источники

1. Журнал «Время рекламы»
2. Журнал «Новости рекламы»
3. Журнал «Рекламные идеи»
4. Журнал «Российское предпринимательство»
5. Журнал «Экономика и предпринимательство»
6. Журнал «Свой бизнес»

8. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы

Специальные помещения представляют собой учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы и помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования. Специальные помещения укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации.

Корпуса Академии оснащены лифтами для перевозки инвалидов в колясках, порядка 80% аудиторий и компьютерных классов имеют двери, соответствующие требованиям нормативов, оборудованы пандусы при входе в здания, а также внутри учебных корпусов и общежития, имеются специальные туалеты.

Каждый обучающийся в течение всего периода обучения обеспечен индивидуальным неограниченным доступом к нескольким электронно-библиотечным

системам (электронным библиотекам) и к электронной информационно-образовательной среде организации. Электронно-библиотечная система (электронная библиотека) и электронная информационно-образовательная среда обеспечивают возможность доступа обучающегося из любой точки, в которой имеется доступ к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», как на территории организации, так и вне ее.

Академия обеспечена необходимым комплектом лицензионного программного обеспечения.

Обучающимся обеспечен доступ (удаленный доступ), в том числе в случае применения электронного обучения, дистанционных образовательных технологий, к современным профессиональным базам данных и информационным справочным системам.

Обучающиеся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья обеспечены печатными и (или) электронными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья.

Организован доступ к следующим электронным ресурсам:

[Bloomberg](#)

[EBSCO Publishing](#)

[eLIBRARY.RU](#)

[Emerging Markets Information Service](#)

[Google Scholar \(Google Академия\)](#)

[IMF eLibrary](#)

[JSTOR](#)

[New Palgrave Dictionary of Economics – Электронный словарь.](#)

[OECD iLibrary](#)

[Oxford Handbooks Online](#)

[Polpred.com Обзор СМИ](#)

[Science Direct - Журналы издательства Elsevier по экономике и эконометрике, бизнесу и финансам, социальным наукам и психологии, математике и информатике;](#)

[SCOPUS](#)

[Web of Science](#)

[Wiley Online Library](#)

[World Bank Elibrary](#)

[Архивы научных журналов NEICON](#)

[Интернет-сервис «Антиплагиат»](#)

[Система Профессионального Анализа Рынков и Компаний «СПАРК»](#)

[ЭБС Издательства "Лань"](#)

[ЭБС Юрайт](#)

[Электронная библиотека Издательского дома «Гребенников»](#)