

**Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего профессионального образования**

**Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова
Факультет журналистики**

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

ПО ПРАКТИЧЕСКОЙ ПОДГОТОВКЕ

«ПРЕДДИПЛОМНАЯ ПРАКТИКА»

Рекомендуется для направления подготовки

42.04.05 «Медиакоммуникации»

Квалификация (степень) выпускника: магистр

Форма обучения: очная

Москва
2021

Рабочая программа дисциплины разработана и утверждена (выписка из протокола заседания Ученого Совета факультета журналистики МГУ № 10 от 23 июля 2020 г.) в соответствии с самостоятельно установленным МГУ образовательным стандартом, утвержденным приказом МГУ от 29 декабря 2018 года № 1777 для реализуемых основных профессиональных образовательных программ высшего образования по направлению подготовки 42.04.05 «Медиакоммуникации».

Год (годы) приема на обучение – 2021.

1. Цели практики

Целями преддипломной практики являются: углубленное изучение магистрантами современных реалий функционирования медиа по определенным направлениям и видам деятельности (в соответствии с профилем магистерской программы), их передового, инновационного опыта, актуальных медиапрактик, а также выполнение магистрантами различных видов профессиональных практических заданий, связанных с выполнением профессиональных задач повышенной сложности и направленных на подготовку выпускной квалификационной работы (магистерская диссертация).

2. Задачи практики

-- углубленное изучение определенных видов деятельности в медиасфере (проектно-аналитический, организационно-управленческий, авторский, редакторский, маркетинговый, производственно-технологический, социально-просветительский, научно-исследовательский и т.п.);

-- углубленное изучение определенных видов работ и медиапрофессий, связанных с выполнением задач повышенной сложности (аналитик, медиаменеджер, контент-менеджер, веб-редактор, дизайнер, медиамаркетолог, медиаисследователь, медиакритик, медиапсихолог, медиасоциолог, руководитель пресс-службы, рекламного отдела и т. п.).

-- углубленное изучение соответствующих тематических областей в зависимости от типа и специфики магистерской программы (политика, экономика, культура, образование, наука, спорт, социальная сфера и т.п.)

-- приобретение опыта выполнения задач повышенной сложности и подготовка соответствующего медиапродукта как результата производственной практики (аналитическая публикация, сценарная разработка, концепция пилотного авторского медиапроекта, программа изучения аудитории, план рекламной, ПР-акции и т.п.) в соответствии со спецификой магистерской программы.

-- Сбор информации, необходимой для подготовки выпускной квалификационной работы (ВРК).

3. Место практики в структуре ОПОП магистратуры

Преддипломная практика коррелируется с соответствующими дисциплинами магистратуры: «Актуальные концепции масс-медиа», «Регулирование медиакommunikаций», «Медиаисследования» и дает необходимую базу для подготовки выпускной квалификационной работы магистра (ВКР) на актуальную для медиасферы тему, а также для эффективной будущей профессиональной деятельности.

4. Место и время проведения практики

Практика может осуществляться как в коллективном, так и в индивидуальном порядке. Практика является стационарной, проводится преимущественно в профильных организациях Москвы и Подмосковья и не требует командирования студентов.

Сроки проведения практики устанавливаются в соответствии с учебным планом и годовым календарным учебным графиком факультета журналистики МГУ, с учетом возможностей принимающих на практику профильных организаций. Продолжительность преддипломной практики составляет 14 недель.

5. Компетенции обучающегося, формируемые в результате прохождения производственной практики:

В результате прохождения данной практики у обучающихся в зависимости от направленности/профиля магистерской программы должны быть сформированы следующие универсальные (УК) компетенции по ОС МГУ:

3	программа изучения аудитории, план рекламной, ПР-акции и т.п.) в соответствии с профилем магистерской программы. 3 этап – подготовка итогового отчета по практике.		По итогам аттестации выставляется зачет
---	--	--	--

7. Технологии, используемые в ходе практики

Преддипломная практика базируется на технологиях, используемых на предприятиях медиакоммуникационной индустрии. Кроме того проводятся консультации руководителя практики в вузе, ознакомительные беседы руководителей практики в медиаорганизациях, вводный инструктаж по технике безопасности, по правилам работы с компьютерной и профессиональной техникой.

8. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы магистрантов на производственной практике

Практика проходит под руководством представителей факультета и организации медиакоммуникационной индустрии. В целях оптимизации организации практик студентов на факультете журналистики МГУ существует Отдел практики, в функции которого входит направление их на практику организации, консультации студентов. Консультационную поддержку оказывают руководители практики и преподаватели профильных кафедр.

9. Формы промежуточной аттестации (по итогам производственной практики)

Руководитель практики от факультета (преподаватель профильной кафедры) оценивает производственные практики студентов после предоставления ими отчета о выполненной работе, составленного в соответствии с утвержденной программой, досье со своими материалами, подтверждающими результаты практики, а также творческой характеристики из компаний, в которой содержится оценка проделанной работы. Зачет по практике приравнивается к зачетам по теоретическому обучению и учитывается при подведении итогов общей успеваемости студентов в следующем за проведением практики семестре.

Студенты, не выполнившие программы практики без уважительной причины или получившие неудовлетворительную оценку, могут быть отчислены из МГУ как имеющие академическую задолженность.

10. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

Литература по выбору (в зависимости от специфики магистерской программы):

Айрис А., Бюген Ж. Управление медиакомпаниями: реализация творческого потенциала. М., 2010.

Телевизионная журналистика. Учебник. М., 2005.

Вартанова Е.Л. Основы медиабизнеса. М., 2009.

Волкова В.В., Газанджиев С.Г., Галкин С.И., Тарбеев А.В., Ситникова Е.В. Дизайн периодических изданий. М., 2014.

Вырковский А.В. Деловая журналистика. М., 2012.

Журналистика в мире политики. СПб., 2004.

Журналистика и конвергенция: почему и как традиционные СМИ превращаются в мультимедийные / под ред. А.Г. Качкаевой. М., 2010.

Иваницкий В.Л. Практические методы достижения экономической стабильности независимых СМИ. М., 2000.

Иваницкий В.Л. Основы медиамаркетинга. М., 2007.

- Иваницкий В.Л.* Основы бизнес-моделирования СМИ. М., 2010.
 Интернет-СМИ: теория и практика. Учебное пособие. М., 2010.
Коломиец В.П., Полуэхтова И.А. Российское телевидение: индустрия и бизнес. М., 2010.
Коломиец В.П. Медиа социология. М., 2014.
Назайкин А.Н. Медиа планирование. М., 2010.
Назайкин А.Н. Рекламная деятельность газет и журналов. М., 2002.
Нейл Т., Скотт Б. Проектирование веб-интерфейсов. Designing Web Interfaces. М., 2010.
 Проблемы медиапсихологии. М., 2002 – 2003.
Пронина Е.Е. Психология журналистского творчества. М., 2006.
 Публичная политика. От теории к практике. СПб., 2008.
 Связи с общественностью: теория, практика, коммуникационные стратегии / под ред. В.М. Горохова, Т.Э. Гринберг. М., 2011.
Тертычный А. А. Аналитическая журналистика. Учебное пособие. М., 2010.
 Филичи Дж. Типографика: шрифт, верстка, дизайн. СПб., 2004.
Финк К. Стратегический газетный менеджмент. М., 2004.
Фихтelius Э. Новости. Сложное искусство работы с информацией. М., 2008.
Фролова Т.И. Гуманитарная повестка российских СМИ. М., 2014.
Хант Ли. Основы телевизионного брендинга и эфирного промоушн / пер. с англ. М. Спиров и А. Шейко. М., 2010.
 Радиожурналистика. М., 2005.
Шестеркина Л.П., Николаева Т.Д. Методика телевизионной журналистики. М., 2012.
Щетилова Г.Г. Реклама в СМИ: история, технологии, классификация. М., 2010.
 Энциклопедия мировой индустрии СМИ / под ред. Е.Л. Вартановой. М., 2013.

11. Материально-техническое обеспечение преддипломной практики

Материально-техническое обеспечение практики формируется институтами медиаиндустрии, издательскими предприятиями, редакциями СМИ, пресс-службами и рекламными структурами и прочими организациями.

Программа составлена в соответствии с требованиями образовательного стандарта, самостоятельно устанавливаемого МГУ имени М.В.Ломоносова для реализуемых образовательных программ ВО по направлению подготовки 42.04.05 «Медиакоммуникации».

Авторы:

доц., к.ф.н. Смирнова Ольга Владимировна

при участии методиста факультета журналистики Орловой М.И.