

**Федеральное государственное бюджетное образовательное  
учреждение высшего образования  
«РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА И  
ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ  
ФЕДЕРАЦИИ»**

Алтайский филиал

УТВЕРЖДЕНО

Решением Ученого совета  
Алтайского филиала РАНХиГС

Протокол № 8 от 28 апреля 2022 года

**ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ**

**«Медиаменеджмент и связи с общественностью в государственных и бизнес-структурах»**

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРАКТИКИ**

**Б2.О.01(У) Профессионально-ознакомительная практика**

**Уровень образования: магистратура**

**42.04.05 «Медиакоммуникации»**

**Форма обучения заочная**

Год набора – 2023

Барнаул, 2022 г.

**Автор(ы)-составитель(и):**

Шмаков Артем Алексеевич, к.фил.н., и.о. заведующего кафедрой медиакоммуникаций, русского языка и риторики

**Заведующий кафедрой:**

к.фил.н., и.о. заведующего кафедрой медиакоммуникаций, русского языка и риторики Шмаков Артем Алексеевич

**СОДЕРЖАНИЕ**

1. Вид, типы практики и способы ее проведения .....	4
2. Перечень планируемых результатов обучения по практике, соотнесенные с планируемыми результатами освоения программы.....	4
3. Объем и место практики в структуре образовательной программы .....	11
4. Содержание практики .....	12
5. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся и оценочные материалы промежуточной аттестации по практике .....	12

## 1. Вид, типы практики и способы ее проведения

Вид практики – производственная.

Тип практики – профессионально-ознакомительная.

Способы проведения практики: стационарная, выездная.

Форма проведения практики: дискретно (путем выделения в календарном учебном графике непрерывного периода учебного времени для ее проведения).

## 2. Перечень планируемых результатов обучения по практике, соотнесенные с планируемыми результатами освоения программы

2.1. Практика Б2.О.01(П) «Профессионально-ознакомительная практика» обеспечивает овладение следующими компетенциями:

Код компетенции	Наименование компетенции	Код компонента (этапа) освоения компетенции	Наименование компонента (этапа) освоения компетенции	Индикатор достижения компетенции (этапа компетенции)
УК-1	Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий	УК-1.2	Способен осуществлять поиск и анализ информации, требуемой для разработки стратегии действий по решению проблем	Умеет осуществлять поиск и анализ информации для выработки стратегии решения поставленных задач, применять системный подход
УК-5	Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия	УК-5.2	Способен учитывать этнические, религиозные, гендерные и возрастные отличия и психофизиологические особенности при работе в медиаструктурах.	Успешно учитывает этнические, религиозные, гендерные и возрастные отличия и психофизиологические особенности при работе в медиаструктурах.
УК-6	Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и ее способы ее совершенствования на основе самооценки	УК-6.2	Способен осуществлять критический анализ личностных коммуникативных способностей в деловом взаимодействии и выбирать вектор совершенствования трудовых навыков с использованием возможностей	Владеет навыками анализа смысловых проблем (экзистенциальных) проблем и умениями расставлять приоритеты, составлять долгосрочные и краткосрочные планы, планировать свою профессиональную траекторию. Умеет анализировать перспективы развития личностных коммуникативных

			системы непрерывного образования	способностей в деловом взаимодействии.
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, особенностей иных знаковых систем	ОПК-1.2	Способен планировать, организовывать и координировать процесс создания медиатекстов и (или) медиапродуктов на всех этапах их производства.	Знает методы планирования, организации и координирования процесса создания медиатекстов, медиапродуктов, коммуникационных продуктов.
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	ОПК-2.2	Способен анализировать основные тенденции развития общественных и государственных институтов	Знает способы выявления причинно-следственных связей в проблемах взаимодействия общественных и государственных институтов.
ОПК-3	Способен анализировать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	ОПК-3.2	Способен применять знания об основных этапах и достижениях развития мировой культуры в создаваемых медиатекстах, медиапродуктах, коммуникационных продуктах.	Демонстрирует разноплановую эрудицию в сфере отечественной и мировой культуры в создаваемых медиатекстах, медиапродуктах, коммуникационных продуктах.
ОПК-7	Способен оценивать и прогнозировать возможные эффекты в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности	ОПК-7.2	Способен оценивать и прогнозировать возможные эффекты в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности	Владеет навыками оценки и прогнозирования возможных эффектов в медиа сфере на основе принципов социальной ответственности.

ПК-1	Способен проводить прикладные исследования в сфере медиа на основе самостоятельно разработанной или адаптированной методологии и методики	ПК-1.2	Способен разрабатывать или адаптировать методологию собирать и анализировать информацию, применяя избранную методику, и формулировать концепцию научного исследования и полученные результаты.	Знает основные теоретические приемы креативного мышления, маркетинга и менеджмента в медисфере, тренды трансформации медиасистем и ее составляющих, а также подходы к исследованию разных сторон и направлений функционирования современных медиа-организаций; владеет навыками маркетинговых исследований спроса и предложений на медиапродукты, анализа успешных медиапроектов.
ПК-4	Способен организовать и координировать работу, принимать управленческие решения в быстро меняющейся среде	ПК-4.2	Способен находить и принимать организационные управленческие решения в быстро меняющейся среде с учетом разнообразных факторов, в том числе и экономических.	Владеет способностями находить и принимать организационные управленческие решения в быстро меняющейся среде с учетом разнообразных факторов, в том числе и экономических.

2.2. В результате прохождения практики у студентов должны быть сформированы:

<b>ОТФ/ТФ (при наличии профстандарта)/ профессиональные действия</b>	<b>Код компонента (этапа) освоения компетенции</b>	<b>Индикатор достижения компетенции (этапа компетенции)</b>	<b>Планируемые результаты обучения при прохождении практик*</b>
	УК-1.2	Умеет осуществлять поиск и анализ информации для выработки стратегии решения поставленных задач, применять системный подход	на уровне знаний: основные понятия системного подхода для выявления проблем развития в сфере медиапотребления и продвижения социально значимых проектов
			на уровне умений: применять методы создания эффективной коммуникационной инфраструктуры с учетом специфики каналов коммуникации
			на уровне навыков: навыками создания эффективной коммуникационной инфраструктуры

			на уровне опыта практической деятельности: навыками создания коммуникационного продукта любого уровня для выявления проблем развития в сфере медиапотребления и продвижения
	УК-5.2	Успешно учитывает этнические, религиозные, гендерные и возрастные отличия и психофизиологические особенности при работе в медиаструктурах.	<p>на уровне знаний: инструменты создания и поддержания репутационного образа с учетом поставленной коммуникационной задачи</p> <p>на уровне умений: применять актуальные инструменты создания репутационного образа с учетом поставленной коммуникационной задачи</p> <p>на уровне навыков: набором соответствующих методов создания репутационного образа</p> <p>на уровне опыта практической деятельности: навыками использования коммуникационных инструментов при создании репутационного образа</p>
	УК-6.2	Владеет навыками анализа смысложизненных (экзистенциальных) проблем и умениями расставлять приоритеты, составлять долгосрочные и краткосрочные планы, планировать свою профессиональную траекторию. Умеет анализировать перспективы развития личностных коммуникативных способностей в деловом взаимодействии.	<p>на уровне знаний: методы и стратегии осуществления профессиональных функций</p> <p>на уровне умений: выбирать соответствующий инструментарий поставленной задаче</p> <p>на уровне навыков: выбирать и применять методы и стратегии осуществления профессиональных функций</p> <p>на уровне опыта практической деятельности: навыки использования инструментария для решения профессиональных задач и реализации личностных коммуникативных способностей в деловом взаимодействии</p>
	ОПК-1.2	Знает методы планирования, организации и координирования процесса создания медиатекстов, медиапродуктов,	на уровне знаний: обладает знаниями о приемах и техниках создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и

		коммуникационных продуктов.	(или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов на родном и иностранном языках.
			на уровне умений: владеет умениями, необходимыми для создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов на родном и иностранном языках.
			на уровне навыков: владеет всем спектром приемов и создания востребованных обществом медиатекстов и (или) медиапродуктов на иностранном языке.
			на уровне опыта практической деятельности: владеет приемами и техниками создания востребованных обществом и индустрией коммуникационных продуктов на родном и иностранном языках.
	ОПК-2.2	Знает способы выявления причинно-следственных связей в проблемах взаимодействия общественных и государственных институтов.	на уровне знаний: виды, средства, формы и методы коммуникаций в рыночной среде; суть экономических процессов и экономических отношений; иметь представление об экономических регуляторах и факторах деятельности предприятий с коммуникационных продуктах различными формами собственности;
			на уровне умений: умеет выполнять аналитические и организационные работы при подготовке концепций, планов, графиков и реализации рекламных кампаний и коммуникационных программ; ориентироваться в экономических аспектах функционирования СМИ; учитывать экономическую составляющую в своей профессиональной деятельности;



			<p>на уровне навыков: владеет традиционными и современными технологиями профессиональной деятельности с учетом тенденций развития общественных и государственных институтов</p> <p>на уровне опыта практической деятельности: владеет навыками разработки авторских медиапроектов с учетом развития общественных и государственных институтов</p>
	ОПК-3.2	Демонстрирует разноплановую эрудицию в сфере отечественной и мировой культуры в создаваемых медиатекстах, медиапродуктах, коммуникационных продуктах.	<p>на уровне знаний: знает основные линии взаимодействия различных направлений российского и мирового культурного процесса, российской и мировой гуманитарной рефлексии;</p> <p>на уровне умений: умеет анализировать имеющиеся ресурсы и ограничения, а также оценивать и выбирать оптимальные способы решения поставленных задач; определять основные характеристики типов и периодов культуры в контексте той или иной культурнотипологической или культурно-исторической логики;</p> <p>на уровне навыков: владеет навыками анализа имеющихся ресурсов и ограничений, а также оценки и выбора оптимальных способов решения поставленных задач;</p> <p>на уровне опыта практической деятельности: владеет профессиональными навыками ведения дискуссии о современной культуре и культурно-историческом процессе, аргументированного отстаивания свою теоретическую позицию.</p>
	ОПК-7.2	Владеет навыками оценки и прогнозирования	на уровне знаний: знает виды, средства, формы и методы

		возможных эффектов в медиа сфере на основе принципов социальной ответственности.	коммуникаций и их специфику в рыночной среде;
			на уровне умений: умеет использовать полученные знания в профессиональной деятельности, профессиональной рекламе и коммуникации, в межличностном общении; ставить и решать задачи в области интерпретации социологических данных для использования в профессиональной сфере;
			на уровне навыков: владеет способностью к деловой коммуникации в отечественной и зарубежной профессиональной и деловой сферах базовыми навыками общения, умением устанавливать, поддерживать и развивать межличностные отношения;
			на уровне опыта практической деятельности: владеет приемами продвижения рекламного продукта с помощью коммуникационных технологий на рекламном рынке.
	ПК-1.1	Знает основные теоретические приемы креативного мышления, маркетинга и менеджмента в медисфере, тренды трансформации медиасистем и ее составляющих, а также подходы к исследованию разных сторон и направлений функционирования современных медиа-организаций; владеет навыками маркетинговых исследований спроса и предложений на медиапродукты, анализа успешных медиапроектов.	на уровне знаний: знает мировые тенденции развития медиаотрасли и базовые принципы формирования медиасистем; особенности национальных медиамodelей, в том числе специфику функционирования российских СМИ.
			на уровне умений: умеет формулировать цели и задачи исследований СМИ; аналитическую работу в рамках специализированных организаций и подразделений предприятий индустрии СМИ.
			на уровне навыков: навыками использования различных средств массовой информации в рекламном процессе; организации и планирования

			<p>информационной деятельности в компании; применения различных форм и методов подготовки и подачи массовой информации в зависимости от специфики СМИ и потребительской аудитории; умение использовать различные средства из арсенала практики массовой информации в своей профессиональной деятельности.</p> <p>на уровне опыта практической деятельности: владеет навыками использования терминологического аппарата и теоретических знаний при исследовании и анализе медиа</p>
	ПК-4.2	Владеет способностями находить и принимать организационные управленческие решения в быстро меняющейся среде с учетом разнообразных факторов, в том числе и экономических.	<p>на уровне знаний: знает основные способы и методы принятия управленческих решений на всех этапах создания рекламных текстов и коммуникационных продуктов, а также при работе с проектной командой;</p> <p>на уровне умений: умеет в ходе принятия решений учитывать разнообразные факторы, в том числе экономические;</p> <p>на уровне навыков: владеет навыками работы с современными цифровыми технологиями при принятии решений;</p> <p>на уровне опыта практической деятельности: владеет навыками принятия организационных управленческих решений в быстро меняющейся среде.</p>

### 3. Объем и место практики в структуре образовательной программы

Объем практики – 12 зачетных единиц, 432 академических часов (324 астрономических часов).

Профессионально-ознакомительная практика реализуется в рамках обязательной части Блока 2 «Практики». Практика вырабатывает умения и практические навыки, приобретаемые обучающимися в результате освоения теоретических дисциплин Блока 1, способствует комплексному формированию компетенций.

#### 4. Содержание практики

№ п/п	Этапы (периоды) практики	Виды работ
1	Инструктаж по технике безопасности	Инструктаж по технике безопасности. Получение индивидуального задания по прохождению практики и составление плана выполнения работ и пр.
2	Выполнение заданий. Выполнение анализа собранного материала.	Постановка целей и задач практики. Знакомство с основными нормативными документами, регламентирующими деятельность в сфере медиакоммуникаций, положений, правил, инструкций, методических разработок и т.д.) как на русском, так и на иностранном языках отдела PR; анализ организационной структуры и основной деятельности объекта практики знакомство с задачами и функциями, возложенными на отдел PR, изучение деловой этики сотрудников маркетинговых подразделений; участие в разработке и реализации корпоративной и конкурентной стратегии филиала, а также функциональных стратегий (маркетинговой, финансовой, кадровой); участие в разработке и реализации комплекса мероприятий операционного характера в соответствии со стратегией организации; имидж специалиста по рекламе и связям с общественностью в контексте его профессиональной деятельности сбор, обработка и анализ информации о факторах внешней и внутренней среды организации для принятия управленческих решений; построение и поддержка функционирования внутренней информационной системы организации для сбора информации с целью принятия решений, планирования деятельности и контроля; изучение поведения потребителей; создание и ведение баз данных по различным показателям функционирования организаций; оценка эффективности проектов; подготовка отчетов по результатам информационно-аналитической деятельности; оценка эффективности управленческих решений.
3	Подготовка и защита отчёта по практике	составление отчета, защита практики.

#### 5. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся и оценочные материалы промежуточной аттестации по практике

В ходе реализации дисциплины Б2.О.01(П) «Профессионально-ознакомительная практика» используются следующие методы текущего контроля успеваемости обучающихся:

Этапы (периоды) практики	Методы текущего контроля успеваемости
1. Инструктаж по технике безопасности	Рабочий график (план), Отметки о прибытии и выбытии, Отчет о практике
2. Выполнение заданий.	Отчет по практике

Выполнение анализа собранного материала	
3. Подготовка и защита отчёта по практике	Отчет по практике

**Промежуточная аттестация проводится в форме зачета с оценкой.**

**Оценочные материалы промежуточной аттестации (формы отчетности по практике)**

К защите отчета по практике допускаются обучающиеся, предоставившие полный комплект закрывающих практику документов.

Защита отчета проходит в последний день практики (с учетом календарного учебного графика по образовательной программе).

Отчеты по практике, выполненные на русском языке, подлежат проверке на объем неправомерных заимствований. Итоговая оценка оригинальности текста отчета по практике определяется в системе «Антиплагиат. ВУЗ» и закрепляется на уровне согласно стандартам, принятым в Алтайском филиале РАНХиГС.

Структура отчета по практике должна включать следующие разделы:

Титульный лист.

Содержание (с обозначением номеров страниц).

Введение, в котором дается обоснование актуальности выбранной темы, цель, задачи, объект и предмет практики, анализ источников и использованной литературы, а также фактических материалов, полученных в процессе прохождения практики. Сформулированные цель и задачи, которые автор ставит в введении, решаются в ходе выполнения практики.

Основная текстовая часть. В ней дается краткая характеристика обследуемого предприятия; краткий анализ его основной деятельности и определяется роль, значение и сущность его маркетинговой деятельности. Исследуются конкуренты предприятия, потребители и структура. Изложение в ней материала должно быть последовательным.

Аналитическая часть. В ней анализируются все собранные в ходе обследования материалы с приложением таблиц, схем, графиков, диаграмм, вопросников и пр..

Заключение, в котором подводятся основные итоги проделанной практикантом работы, делаются выводы.

Список информационных источников и литературы. Включает издания, использованные при написании отчета. Список источников формируется по отдельным группам изданий: законодательные акты, нормативно-правовые документы, сборники документов, периодическая печать, монографии. Внутри выбранных групп источники, как правило, располагаются по хронологическому принципу. Список исследований составляется в алфавитном порядке фамилий авторов.

Приложения, включающие в себя основные и промежуточные материалы обследования (разработанные документы, структуры, графики, диаграммы).

Объем отчета о прохождении практики - 1 печатный лист (24 машинописных страницы по 1800 знаков). Отчет должен быть напечатан на писчей бумаге формата А4 с одной стороны листа 14 шрифтом Times New Roman через 1,5 интервала.

Вместе с отчетом студент представляет характеристику с места прохождения практики (характеристика должна быть заверена печатью организации, в которой студент проходил практику).

Характеристика оформляется на бланке учреждения (организации), где осуществлялась практика, подписывается руководителем организации по месту прохождения практики, заверяется печатью и является обязательным приложением к отчету.

Характеристика должна содержать оценку руководителем практики работы студента в организации, проявленных им деловых качеств, его навыков и умений, отношения к работе.

Обучающиеся, не выполнившие программу практики без уважительной причины или получившие отрицательную оценку считаются имеющими академическую задолженность и обязаны ликвидировать академическую задолженность в порядке, установленном в локальных документах Алтайского филиала РАНХиГС.

Промежуточная аттестация осуществляется в соответствии с учебным планом в форме зачета с оценкой, который выставляется по результатам проверки отчетной документации, собеседования и защиты отчета с представлением презентации.

### Шкала оценивания

Шкала оценивания	Критерии оценки результатов практики
«отлично»/ «зачтено»	Выставляется обучающемуся, если характеристика с места прохождения практики содержит высокую положительную оценку, отчет выполнен в полном соответствии с предъявляемыми требованиями, аналитическая часть отчета отличается комплексным подходом, креативностью и нестандартностью мышления студента, выводы обоснованы и подкреплены значительным объемом фактического материала. Обучающийся исчерпывающе и логически стройно излагает учебный материал, умеет увязывать теорию с практикой, справляется с решением задач профессиональной направленности высокого уровня сложности, правильно обосновывает принятые решения. Компетенции, закреплённые за практикой, сформированы на уровне - «высокий».
«хорошо»/ «зачтено»	Выставляется обучающемуся, если характеристика с места прохождения практики содержит положительную оценку, отчет выполнен в целом в соответствии с предъявляемыми требованиями без существенных неточностей, включает фактический материал, собранный во время прохождения практики. Обучающийся правильно применяет теоретические положения при решении практических задач профессиональной направленности разного уровня сложности, владеет необходимыми для этого навыками и приёмами. Компетенции, закреплённые за практикой, сформированы на уровне - «хороший».
«удовлетворительно»/ «зачтено»	Выставляется обучающемуся, если характеристика с места прохождения практики содержит положительную оценку, отчет по оформлению и содержанию частично соответствует существующим требованиям, но содержит неточности и отдельные фактические ошибки, отсутствует иллюстративный материал. Обучающийся испытывает определённые затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, владеет необходимыми для этого базовыми навыками и приёмами. Компетенции, закреплённые за практикой, сформированы на уровне - «достаточный».

«неудовлетворительно» / «не зачтено»	<p>Выставляется обучающемуся, если характеристика с места прохождения практики не содержит положительной оценки. Отчет представлен не вовремя и не соответствует существующим требованиям. Обучающийся испытывает серьезные затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, не владеет необходимыми для этого навыками и приёмами.</p> <p>Компетенции на уровне «достаточный», закреплённые за практикой, не сформированы.</p>
---	---