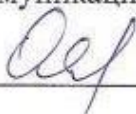


**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«СЕВАСТОПОЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

«УТВЕРЖДАЮ»

Заведующий кафедрой
«Социально-философских наук и
массовых коммуникаций
коммуникации»

 О.В. Ярмак

«24» апреля 2023 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРАКТИКИ

Производственная

(тип практики)

Б2.В.ДВ.01.01(П) Профессиональный трек

(тип практики)

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

(код и наименование направления подготовки (специальности))

«PR и стратегические коммуникации»

(наименование профиля подготовки (специализации))

бакалавриат

(уровень высшего образование)

очная

(форма обучения)

Севастополь
2023

Рабочая программа производственной практики (тип: элективный; профессиональный трек) составлена на основе федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 08.06.2017 № 512 и требованиям к выпускникам на рынке труда.

Рабочая программа производственной практики (тип: профессиональный трек) рассмотрена и одобрена на заседании кафедры «Социально-философских наук и массовых коммуникаций»

«24» апреля 2023 г., протокол № 5.

Рабочая программа составлена доцентом кафедры «Социально-философских наук и массовых коммуникаций» Шавардовой Е.Ю.

Руководитель проекта
Редакции сайта ukraina.ru
Дирекции мультимедийных центров Sputnik
в странах ближнего зарубежья и Балтии
Федеральное государственное унитарное
предприятие «Международное информационное
агентство
«Россия сегодня»



Кеворкян К.Э.

1. Цели практики

Основная цель производственной практики (элективной практики (профессионального трека): приобретение и совершенствование компетенций по избранному профилю подготовки, закрепление теоретических и практических знаний, приобретенных обучающимися в результате освоения дисциплин, формирование и развитие профессионально-практических умений и навыков, обеспечение непрерывности и последовательности овладения обучающимися профессиональной деятельностью, формами и методами работы в сфере продвижения продукции средств массовой информации, включая печатные издания, телевизионные и радиопрограммы, онлайн-ресурсы.

2. Задачи практики

Задачи производственной практики (профессионального трека):

- формирование умения налаживать продуктивное взаимодействие с различными сегментами общества, организациями, учреждениями;
- формирование умения разбираться в производственном процессе сбора и обработки информации с использованием современных программных и аппаратных средств;
- участие в полном производственном цикле подготовки медиатекста (верстке и оформлении номера или программы, в съёмке и монтаже аудио- и видеоматериала;
- контроль выполнения правил по охране труда и пожарной безопасности;
- обретение практических навыков участия в процессе технологического проектирования интерактивных программных продуктов и интернет-сайтов и баз данных готового аудиовизуального и иного контента с использованием компьютерной графики, баз данных и иных технических средств;
- разработка маркетинговых планов продвижения продукции, проведение рекламных мероприятий;
- формирования навыков осуществления медиаисследований, маркетинговых исследований;
- разработка и осуществление этапов подготовки медиапроекта как составной части выпускной квалификационной работы.

3. Место практики в структуре ООП

Производственная (элективная; профессиональный трек) практика реализуется в части ООП, формируемой участниками образовательных отношений. Проводится в 6 семестре. Объем 6 зачетных единиц (4 недели).

Производственная практика (элективная; профессиональный трек) является необходимой базой для изучения таких дисциплин, как «Технологии телевизионных шоу», «Технологии интервью», «Основы телевизионной режиссуры», «Репортерское дело», «Издательское дело», «Новая медиареальность», «Новые медиа», а также для прохождения преддипломной практики.

Требования к «входным» знаниям, умениям и навыкам обучающегося, необходимым при освоении данной практики:

знать:

- общественную миссию журналиста и журналистики в обществе, функции и принципы СМИ в целом; смысл свободы и социальной ответственности журналистики, смысл ответственности журналистики за информационную безопасность;
- базовые характеристики журналистской профессии, смысл социальных ролей журналиста, основные качества личности, необходимые для ответственного выполнения профессиональных функций;
- особенности индивидуально-творческой (авторской) журналистской работы, ее задачи и методы; базовые отечественные профессиональные стандарты работы журналиста;
- базовые принципы формирования медиасистем, специфику различных видов СМИ;
- общие и отличительные черты различных СМИ, их типы и виды (печать, телевидение, радиовещание, информационные агентства, интернет-СМИ, мобильные СМИ); современную жанровую и стилевую специфику СМИ; особенности новостной журналистики и специфику других направлений;
- основы телевизионной режиссуры;
- методы и приемы построения эффективных медиакommunikаций в социальных сетях, блогосфере, интернет-СМИ;

уметь:

- руководствоваться в своей профессиональной деятельности пониманием социальной ответственности журналиста за информационную безопасность;
- использовать собственные качества личности для ответственного выполнения профессиональных функций;
- ориентироваться в базовых принципах формирования медиасистем, специфике различных видов и жанров СМИ;
- различать базовые типологические признаки различных СМИ; анализировать публицистические произведения с точки зрения жанровой и стилевой палитры; работать с жанрами новостной журналистики и журналистики других направлений;
- управлять контентом в социальных сетях;

- применять современные Интернет-ресурсы для достижения профессиональных целей;

владеть:

- пониманием миссии журналиста и журналистики в обществе; ответственным отношением к информационной безопасности;
- навыками использования знаний о базовых принципах формирования медиасистем;
- основными социальными ролями журналиста;
- навыками подготовки собственной публикации;
- техниками цифровой фотографии, основами графического дизайна;
- навыками телевизионной режиссуры, технологиями аудио- и видеозаписи;
- навыками эффективных медиакоммуникаций в социальных сетях, блогосфере, интернет-СМИ.

4. Тип практики, способ и форма ее проведения

Тип производственной практики: элективная; производственный трек (далее - *практика*).

Форма проведения практики – концентрированная.

Способы проведения практики: стационарная; выездная.

Преимущественно практика предполагает деятельность в медиа структурах, средствах массовой информации – печатном или интернет-издании, редакции телерадиокомпании, пресс-службе государственных органов, корпораций, департаментах и управлениях исполнительных органов власти, информационных, рекламных агентствах.

В ряде случаев практика может проводиться в рамках проектной деятельности кафедры «Социально-философских наук и массовых коммуникаций» и в лаборатории «Медиакоммуникации» Института общественных наук и международных отношений. Практика может проводиться также в структурном подразделении Университета – Управлении информационной политики, маркетинга и PR.

Контактная работа по практике включает в себя установочную и заключительную конференции, промежуточную аттестацию по практике.

5. Планируемые результаты обучения при прохождении практики, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Практика направлена на формирование у обучающихся следующих компетенций:

ПК-1 Способен определять темы и основное содержание нового продукта и новостного блока, оценивать оригинальность идеи нового продукта, актуальность нового продукта, его художественную ценность и востребованность

ПК-2 Способен формировать требования к создаваемому сценарному материалу, оценить качество сценарного материала, в случае необходимости сформулировать требования по доработке и внесению необходимых изменений, контролировать сроки выполнения работ по подготовке сценарного материала;

ПК-3 Способен инициировать творческие идеи для создания нового продукта;

ПК-4 Способен обосновать целесообразность создания продукта, его идейно-художественное значение, окупаемость и прибыльность, рассчитать финансовые средства, необходимые для создания нового продукта, выявить необходимость привлечения дополнительного финансирования (инвестиций), подготовить финансовые предложения для инвесторов/спонсоров, осуществлять поиск инвесторов/спонсоров и проведение с ними переговоров и заключение соглашений

ПК-5 Способен определять производственные мощности, необходимые для создания продукта, включая оборудование; определять потребности в кадровых ресурсах для создания продукта;

Практика (6 семестр)

Код и содержание компетенций	Планируемые результаты обучения (индикаторы компетенций)
ПК-1 Способен определять темы и основное содержание нового продукта и новостного блока, оценивать оригинальность идеи нового продукта, актуальность нового продукта, его художественную ценность и востребованность	Знать: -форматные признаки мультимедийного контента; - модели и форматы новых медиапродуктов; - знать принципы организации творческо-го и технического процесса звукозаписи, видеозаписи, фотосъемки и монтажа Уметь: - пользоваться приемами работы с визуальной и звуковой информацией; - подбирать темы для материалов, планировать освещение событий, находить экспертов и комментаторов; - моделировать структуру новых продуктов Трудовые действия: - организация творческого и технического процесса звукозаписи, видеозаписи, фотосъемки и монтажа; - определение стратегических направлений новых продуктов телерадиовещательных СМИ, интернет-СМИ; - определение модели и формата новых продуктов;

ПК-2 Способен формировать требования к создаваемому сценарному материалу, оценить качество сценарного материала, в случае необходимости сформулировать требования по доработке и внесению необходимых изменений, контролировать сроки выполнения работ по подготовке сценарного материала	Знать: - новейшие теоретические и практические знания в области медиапроизводства; - грамматику, стилистику, фонетику русского языка; - принципы создания и редактирования текстов; - методику лингвистического анализа медиатекстов. Уметь: - использовать особенности литературного, делового, научного стилей в письменной речи; - принимать оперативные обоснованные решения; - контролировать сроки выполнения работ по подготовке сценарного материала.
ПК-3 Способен инициировать творческие идеи для создания нового продукта	Знать: - значимость технологического процесса записи изображения и звука в едином творческом процессе создании аудиовизуального произведения; - основные понятия в сфере коммуникативного воздействия. Уметь: - прогнозировать (оценивать) успешность будущего продукта; - снять видеоматериал, творчески и профессионально его обработать. Трудовые действия: - применение навыков творческой работы с основными аудио-, видеоредакторами; - формирование востребованного круга тем и проблем для освещения в СМИ.
ПК-4 Способен обосновать целесообразность создания продукта, его идейно-художественное значение, окупаемость и прибыльность, рассчитать финансовые средства, необходимые для создания нового продукта, выявить необходимость привлечения дополнительного финансирования (инвестиций), подготовить финансовые предложения для инвесторов/спонсоров, осуществлять поиск инвесторов/спонсоров и проведение с ними переговоров и заключение соглашений	Знать: - технологию поиска статистической и аналитической информации, характеризующей ситуацию на рынке продукции СМИ; - методику анализа и прогноза результатов цифровых кампаний; - средства хранения и обработки больших массивов данных; - эффективные методы поиска информации и ее защиты; - организацию маркетинговых исследований в области СМИ; формы современного микротаргетинга; - основные законы и принципы формирования современных эффективных коммуникаций Уметь: - обосновывать целесообразность создания нового продукта; - привлекать дополнительное финансирование; - разрабатывать финансовые предложения для инвесторов/ спонсоров; - составлять договоры гражданско-правового характера, оформлять необходимую документацию по реализации договоров;

	- вести деловые переговоры, устанавливать деловые отношения с партнерами (клиентами) Трудовые действия: - оценка возможных рисков при создании продукта; - расчет финансовых средств для создания медиапродукта; - выявление необходимости привлечения дополнительного финансирования
ПК-5 Способен определять производственные мощности, необходимые для создания продукта, включая оборудование; определять потребности в кадровых ресурсах для создания продукта	Знать: - современные технические средства и технологии для создания медийных продуктов; - передовой отечественный и зарубежный опыт; - методы и инструменты эффективного менеджмента; - экспертный анализ и методы оценки рисков. Уметь: - планирование деятельности подразделения согласно установленным графикам работы организации на определенный период Трудовые действия: - определение производственной мощности, необходимой для создания продукта, включая оборудование; - определение потребности в кадровых ресурсах для создания продукта; - обеспечение эффективного использования материальных и финансовых ресурсов

6. Структура и содержание практики

6.1. Структура практики

Общая трудоемкость практики составляет 6 зачетных единиц, 4 недели (216 часов). Производственная практика проводится в 6 семестре промежуточная форма контроля – зачет с оценкой.

№ п/п	Разделы (этапы) практики	Виды работ на практике, включая самостоятельную работу обучающихся и трудоемкость (в часах)	Формы текущего контроля
6 семестр (216 часов)			
1	Организационный	Оформление документов для прохождения практики. Прибытие на базу практики, согласование подразделения, в котором будет организовано рабочее место. Прохождение вводного инструктажа (4 часа)	Дневник практики

2	Практический	Сбор материала для написания отчета по практике. Участие в выполнении отдельных видов работ по заданию руководителя практики от организации. Самостоятельное выполнение отдельных видов работ (по заданию руководителя практики от организации). Подготовка самостоятельного медиапроекта. (192 часа)	Творческий проект. Дневник практики. Отчет о практике.
3	Отчетный	Подготовка медиапроекта. Представление выполненного медиапроекта. Обработка, анализ и систематизация собранного нормативного и фактического материала. Оформление отчета о прохождении практики (20 часов)	Защита творческого проекта Оформление и защита отчета о практике.

6.2. Содержание практики

Организационный этап:

участие обучающихся в установочной конференции, в ходе которой руководитель практики знакомит обучающихся с программой прохождения практики, целями и задачами практики, условиями ее прохождения и предъявляемыми требованиями к отчетности по итогам практики; инструктаж по охране труда и технике безопасности; получение индивидуального задания; согласование графика практики с руководством сторонней организации.

Практический этап:

участие в процессе проектирования интерактивных программных продуктов, интернет-сайтов и баз данных готового контента с использованием компьютерной графики; приобретение умения осуществлять медиаисследования, маркетинговые исследования, анализировать медиа;

решение стандартных задач профессиональной деятельности на основе базовых положений медиапланирования и медиаменеджмента; выполнение различных видов редакционной работы с целью создания медийных проектов повышенной сложности;

выполнение менеджерских функций в рамках должностных обязанностей; формирование коллектива/команды для работы над медиапроектом.

Отчетный этап:

систематизация и оформление подготовленных материалов; представление выполненного проекта, объединяющего знания по прослушанным дисциплинам в области медиакоммуникаций, социологии и

исследования медиа и цифрового пространства, выполненного с помощью современных исследовательских и коммуникативных методик; подготовка отчета о практике;

подготовка к публичной отчетной конференции, защита творческого проекта (концепции медиапроекта, медиапродукта), реализованного на практике.

Ежедневный регламент работы обучающегося во время прохождения практики включает в себя не менее 4-х часов работы в организации, а также время, необходимое для сбора и обработки материалов, занятий в библиотеке, консультаций на кафедре и т.д.

В ходе практики обучающемуся необходимо:

- своевременно прибыть в организацию, на базе которой проводится практика;
- выполнить индивидуальное задание, предусмотренное в дневнике практики;
- соблюдать действующие в организации правила внутреннего трудового распорядка;
- соблюдать требования охраны труда, пожарной безопасности и производственной санитарии;
- вести дневник практики, в котором в соответствии с индивидуальным заданием прохождения практики необходимо фиксировать рабочие задания и основные результаты выполненных работ;
- в случае возникновения каких-либо препятствий или осложнений для нормального прохождения практики своевременно оповестить об этом руководителя практики или заведующего кафедрой;
- получить отзыв (характеристику) от руководителя практики от профильной организации;
- собрать информацию, провести ее анализ и представить в отчете.

7. Формы отчетности по практике

Документом, подтверждающим прохождение практики обучающимся, является заполненный дневник практики, заверенный подписью руководителя практики от профильной организации и печатью.

Дневник практики содержит: отметки о проведении инструктажа; рабочий график (план) проведения практики; индивидуальное задание; рабочие записи во время практики; отзыв (характеристику); сведения об уровне освоения обучающимся компетенций.

Дневник практики обучающийся сдает руководителю практики от Университета.

Документом о результатах прохождения практики обучающимся является отчет, содержащий результаты выполнения индивидуального задания. Для оформления отчета обучающемуся выделяется в конце практики 3-5 дней. Отчет по практике предоставляется обучающимся руководителю практики от Университета в последний день практики.

Результаты прохождения практики оцениваются посредством проведения промежуточной аттестации – публичной защиты отчета о прохождении практики.

Требования к отчету:

- титульный лист должен быть оформлен в соответствии с требованиями локального нормативного акта Университета – Положения о практике обучающихся, осваивающих образовательные программы высшего образования;

- текст отчета должен быть структурирован, названия разделов и подразделов должны иметь нумерацию с указанием страниц, с которых они начинаются.

- нумерация страниц, таблиц и приложений должна быть сквозной.

Структурными элементами отчета о практике являются:

Титульный лист;

Индивидуальное задание на практику;

Содержание;

Введение;

Основная часть;

Заключение;

Список литературы;

Приложения.

Требования к оформлению отчета о практике:

1. Оформление отчета о практике должно соответствовать требованиям к текстовым учебным документам соответствующих ГОСТов.

2. Текстовая часть отчета о практике выполняется с использованием печатающих и графических устройств на одной стороне листа белой бумаги формата А4 с параметрами: междустрочный интервал – 1,5; кегль – 14; шрифт – TimesNewRoman, обычный; цвет шрифта – черный; поля:

верхнее – 20 мм; левое – 30 мм;

нижнее – 20 мм; правое – 15 мм.

3. Иллюстрационно-графический материал может включать: плакаты, диаграммы, макеты, фотографии, аудио- и видеоматериалы, натурные образцы и др.

Иллюстрационно-графический материал может быть представлен на бумажном, электронном носителе или в ином виде. Возможно представление иллюстрационно-графического материала в виде брошюр.

4. Отчет должен быть переплетен доступным способом.

8. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по практике

8.1. Типовые контрольные задания

Контрольным мероприятием промежуточной аттестации обучающихся по итогам практики является дифференцированный зачет. Для получения зачета после прохождения практики студент должен:

- описать структуру подразделений организации, в которой проходила практика, и режим ее работы;
- охарактеризовать специализацию сотрудников творческого коллектива;
- охарактеризовать приоритетные формы работы СМИ;
- описать все стадии создания медиапроекта;
- представить сведения о своей редакторской, продюсерской или иного вида деятельности в СМИ.
- представить концепцию творческого проекта (медиапроекта, медиапродукта).

8.2. Критерии и шкалы оценивания

При выставлении оценки за практику учитываются следующие факторы:

- 1) достижение основных целей и задач, поставленных перед прохождением практики;
- 2) качество выполнения индивидуального задания практики:
 - творчество;
 - профессиональный анализ.
- 3) качество отчетной документации;
- 4) предоставление медиапроекта и творческих материалов (концепции);
- 5) выполнение обязанностей обучающегося в период прохождения практики (на основании характеристики с места практики).

Оценка «отлично» ставится, если: достигнуты все основные цели и задачи, поставленные перед обучающимся в ходе практики; выполнено индивидуальное задание; вовремя предоставлена полная отчетная документация по данному заданию, нет замечаний по ее выполнению; предоставлен медиапроект и творческие материалы; руководитель практики от профильной организации оценил практическую деятельность обучающегося на «отлично»; обучающийся защитил отчет о практике на «отлично».

Оценка «хорошо» ставится, если: достигнуты основные цели и задачи, поставленные перед обучающимся в ходе практики; выполнено индивидуальное задание, но имеются небольшие недоработки и замечания по его выполнению; не вовремя предоставлена отчетная документация по данному заданию, есть замечания по ее выполнению; предоставлен медиапроект и творческие материалы; руководитель практики от организации оценил практическую деятельность обучающегося на «хорошо»; обучающийся защитил отчет о практике на «хорошо».

Оценка «удовлетворительно» ставится, если: обучающийся не вовремя вышел на практику при отсутствии уважительной причины; достигнуты не все основные цели и задачи, поставленные перед обучающимся в ходе практики; частично (не менее 70 %) выполнено индивидуальное задание, имеются значительные недоработки и замечания по его выполнению; не вовремя предоставлена отчетная документация по данному заданию, есть

значительные недоработки и замечания по ее выполнению; медиапроект и творческие материалы представлены не в полном объеме, не все из них высокого качества; руководитель практики от профильной организации оценил практическую деятельность обучающегося на «удовлетворительно»; обучающийся защитил отчет о практике на «удовлетворительно».

Оценка «неудовлетворительно» ставится, если: обучающийся не вовремя вышел на практику или не выходил на практику вообще при отсутствии уважительной причины; достигнуты не все цели и задачи, поставленные перед обучающимся в ходе практики; частично (менее 70 %) выполнено индивидуальное задание, имеются значительные недоработки и замечания по его выполнению; не предоставлена отчетная документация по данному заданию; медиапроект и творческие задания не выполнены; руководитель практики от профильной организации оценил практическую деятельность обучающегося на «неудовлетворительно»; обучающийся защитил отчет о практике на «неудовлетворительно».

8.3. Критерии и шкала оценивания выступления обучающегося на итоговой конференции

В работе на итоговой конференции оценивается качество представленного доклада: полнота изложения, наличие анализа, использование фактических данных, собранных в ходе практики, понятность, качество речи, взаимодействие с аудиторией и т.д.

Шкала оценивания выступления обучающегося:

«Отлично»: обучающийся представил на конференцию доклад, отражающий специфику прохождения практики в конкретной организации. Доклад соответствует рекомендуемой структуре, содержит не просто описательную информацию, но и анализ проделанной работы, предложения и аргументированную точку зрения обучающегося. Доклад сопровождается наглядными материалами.

«Хорошо»: обучающийся представил на конференцию доклад, отражающий специфику прохождения практики в конкретной организации. Доклад соответствует рекомендуемой структуре, однако приведенная информация носит описательный констатирующий характер. Демонстрационные материалы отсутствуют.

«Удовлетворительно»: обучающийся принимал участие в обсуждении докладов, задавал вопросы, высказывал своё мнение.

«Неудовлетворительно»: обучающийся конференцию не посещал или формально присутствовал, но участия в работе не принимал.

Рекомендуемая структура доклада:

1. Характеристика организации.
2. Краткое описание основных подразделений организации; описание и функции своего структурного подразделения.
3. Виды деятельности, выполняемые за период практики (цели, процедура проведения, анализ успешности).

4. Результаты практики (чему научились, каких знаний не хватало и т.д.), выводы, предложения и рекомендации.

9. Учебно-методическое и информационное обеспечение практики

Практика может проводиться на базе новой, современной и высокотехнологической лаборатории «Медиакоммуникации» Института общественных наук и международных отношений. Исследовательской базой является научно-исследовательский проект медиаисследований, исследований цифровой среды и медианалитики, что обуславливает реализацию таких задач, как:

- осуществление системных и непрерывных (в режиме трекинга или мониторинга) медиаисследований цифровой среды как в Российской Федерации, так и в странах региона Большое Средиземноморье, а также в государствах СНГ, ЕАЭС, БРИКС;
- осуществление оперативных медиазамеров в сети, общественных реакций на события и ситуации;
- анализ предполагаемых рисков и создания конфликтных зон в Интернет-сети.

Для прохождения практики и подготовки полноценного отчета обучающийся обеспечивается индивидуальным неограниченным доступом к электронной информационно-образовательной среде Университета из любой точки, в которой имеется доступ к сети «Интернет», как на территории Университета, так и вне ее.

В образовательном процессе используются электронно-библиотечные системы: ООО «Издательство «Лань» (e.lanbook.com); ООО «ЗНАНИУМ» (Znanium.com); ООО «Электронное издательство ЮРАЙТ» (biblio-online.ru).

Доступ осуществляется из любой точки сети Интернет после первичной регистрации в библиотеке Университета. Возможна удаленная регистрация в ЭБС по персональному коду, который можно получить в библиотеке Университета.

9.1. Основная литература

1. Егорова Е.С. Интернет-журналистика и интернет-реклама: Учебное пособие / Шпаковский В.О., Розенберг Н.В., Егорова Е.С. - Вологда:Инфра-Инженерия, 2018. - 248 с.: ISBN 978-5-9729-0202-6 – <http://znanium.com/catalog/product/989631>

2. Тулупов, В. В. Техника и технология сми: бильдредактирование : учеб. пособие для вузов / В. В. Тулупов. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2019. — 182 с. — (Серия : Университеты России). — ISBN 978-5-534-09230-1 – <https://biblio-online.ru/book/tehnika-i-tehnologiya-smi-bildredaktirovanie-427488>

3. Мир современных медиа / Черных А. - М.:ИД Тер. будущего, 2007. - 312 с.: 70x100 1/16. - (Университетская библиотека Александра

Погорельского) ISBN 5-91129-037-5 - Режим доступа:
<http://znanium.com/catalog/product/149216>

4. Мастерство ритейл-брендинга: Учебное пособие / Трайндл А., Арнаудова Р.И. - М.:Альпина Пабли., 2016. - 155 с.: 60х90 1/16 ISBN 978-5-9614-1984-9 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/914270>

5. Старов, С. А. Управление брендами [Электронный ресурс] : учебник / С. А. Старов; Высшая школа менеджмента СПбГУ. — 2-е изд., испр. — СПб.: Изд-во «Высшая школа менеджмента», 2008. — 500 с. - ISBN 978-5-9924-0034-2 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/493519>

6. Всемирная история рекламы: Учебное пособие / Тангейт М., - 3-е изд. - М.:Альпина Пабли., 2016. - 286 с.: ISBN 978-5-9614-5787-2 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/912588>

9.2. Дополнительная литература

1. Тульчинский, Г. Л. Бренд-менеджмент. Брендинг и работа с персоналом : учеб. пособие для бакалавриата и магистратуры / Г. Л. Тульчинский, В. И. Терентьева. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2019. — 255 с. — (Серия : Авторский учебник). — ISBN 978-5-534-05503-0. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/ACC7CB5D-BD30-457E-BC9E-46D21A8D14BE.

2. Мастерство ритейл-брендинга: Учебное пособие / Трайндл А., Арнаудова Р.И. - М.:Альпина Пабли., 2016. - 155 с.: 60х90 1/16 ISBN 978-5-9614-1984-9 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/914270>

3. Менеджмент. Книга 4. Управление человеческим потенциалом в социально-экономических системах: Монография / С.Д. Резник. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 319 с.: 60х88 1/16. - (Научная мысль; Менеджмент). (о) ISBN 978-5-16-009584-4 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/448652>

4. Управление проектами: Учебное пособие / М.В. Романова. - М.: ИД ФОРУМ: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 256 с.: ил.; 60х90 1/16. - (Высшее образование). (переплет) ISBN 978-5-8199-0308-7 — <http://znanium.com/catalog/product/417954>

5. Бизнес-планирование: Учебное пособие / М.В. Романова. - М.: ИД ФОРУМ: ИНФРА-М, 2012. - 240 с.: ил.; 60х90 1/16. - (Профессиональное образование). (переплет) ISBN 978-5-8199-0290-5 — <http://znanium.com/catalog/product/333753>

9.3. Периодические издания

1. www.journalist-virt.ru (журнал "Журналист")

2. www.mediareview.by.ru (Интернет-журнал медиакритики и медиаобразования)

3. www.mediascope.ru (МЕДИАСКОП (Электронный научный журнал факультета журналистики МГУ).

9.4. Интернет-ресурсы

1. www.rsl.ru (Российская государственная библиотека)
2. www.nlr.ru (Российская национальная библиотека).
3. Образовательная и специализированная информация по Медиакоммуникациям: www.roynr.ru (Институт Пойнтера)
4. www.ruj.ru (Союз журналистов России)
5. www.cjes.ru (Центр экстремальной журналистики России)
6. www.gdf.ru (Фонд защиты гласности)
7. www.evartist.narod.ru (библиотека работ по журналистике)
8. www.gipp.ru (Гильдия издателей периодической печати (ГИПП))
9. www.mediasprut.ru (проект "МедиаСпрут")
10. www.pdi.ru (Институт развития прессы (ИРП))
11. Witrina.ru (портал печатных СМИ России)
12. edu.of.ru/mediaeducation/ (Российский общеобразовательный портал)
13. lib.walla.ru (Публичная Электронная Библиотека)
14. www.iqlib.ru (Электронная библиотека IQlib)
15. www.gumer.info (Библиотека ГУМЕР - гуманитарные науки)
16. www.uisrussia.msu.ru «УИС Россия» (коллективная научная информационная база по социальным и гуманитарным исследованиям)
17. www.elibrary.ru «eLibrary.ru: научная электронная библиотека» (крупнейший российский информационный портал в области науки, технологии, медицины и образования)
18. www.rgb.ru «Электронная библиотека диссертаций РГБ» (содержит более 580 000 полных текстов диссертаций и авторефератов)
19. www.knigafund.ru «Книгафонд» (обеспечивает широкий доступ к изданиям, необходимым для образовательного процесса)
20. www.ibooks.ru «Ibooks.ru» (электронная коллекция современных учебников и пособий по основным учебным дисциплинам)
21. www.biblioclub.ru Университетская библиотека OnLine (база данных электронных книг для вузов преимущественно по гуманитарным дисциплинам)
22. www.bibliotech.ru «БиблиоТех» (около 8 000 наименований современной литературы по всем отраслям знаний)
23. www.consulting.ru Консультативный (информационный) сервер www.projectmanagement.ru Официальный сайт компании A-project Technologies, посвященный управлению проектами в России
24. www.cfin.ru Материалы по корпоративному менеджменту
25. www.gian.ru Официальный сайт «РИА Новости»
26. www.cir.ru Университетская информационная система Россия
27. www.interfax.ru Официальный сайт информационного агентства «Интерфакс»

9.5. Информационные технологии

Практика требует применения традиционных для любой творческой работы технологий (анализ данных, контент-анализ и др.), а также

специфических для медиатехнологий – применение социологических методов качественных исследований медиа и цифровой среды.

10. Материально-техническое обеспечение практики

При прохождении практики в профильных организациях, материально-техническое обеспечение предоставляется этими организациями самостоятельно.

Для проведения практики на базе кафедры «Социально-философских наук и массовых коммуникаций» и лаборатории «Медиакоммуникации» Института общественных наук и международных отношений, используются специальные помещения лаборатории «Медиакоммуникации», включающие монтажную мастерскую и студию с режиссерским местом, оборудованные всей необходимой техникой и программным обеспечением для создания медиапроектов.

Перечень лицензионного программного обеспечения:

1. Пакет Desktop Education ALNG LicSAPk OLVS E 1Y AcademicEdition Enterprise – включает в себя операционную систему линейки Windows и офисный пакет семейства MS Office

2. Антивирусное программное обеспечение Kaspersky Endpoint Security для бизнеса – Стандартный Russian Edition.

3. Пакет Creative Cloud for teams – All Apps ALL Multiple Platforms Multi Europe-an Languages Team LicSub Education Device license Renewal – включает в себя Photoshop CC, Illustrator CC, Lightroom CC и другое программное обеспечение.