

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

«СОГЛАСОВАНО»

«УТВЕРЖДАЮ»

Заведующий кафедрой
«Социальные коммуникации»

 О.В. Ярмак

«25» апреля 2022 г.

Директор
Института общественных наук и
международных отношений

 Д.Б. Татарков

«25» апреля 2022 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРАКТИКИ

ПРЕДДИПЛОМНАЯ

(вид практики)

Б2.В.03(Пд) Преддипломная практика

(тип практики)

42.03.02 Журналистика

(код и наименование направления подготовки / специальности)

Цифровая журналистика

(наименование профиля / специализации)

бакалавриат

(уровень высшего образования)

очная, 2022

(форма обучения, год набора)

Севастополь
2022

Программа производственной практики (тип: преддипломная практика) составлена на основе федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – бакалавриата по направлению подготовки 42.03.02 Журналистика (профиль: Цифровая журналистика, 2020) соответствует требованиям федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – бакалавриата по направлению подготовки 42.03.02 Журналистика, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации № 524 от 08.06.2017 и требованиям к выпускникам на рынке труда.

Программа производственной практики (тип: преддипломная практика) рассмотрена и одобрена на заседании кафедры «Социальные коммуникации» «25» апреля 2022 г., протокол № 4.

Руководитель образовательной программы



Т.В. Шкайдерова

Программа составлена:

Доцент кафедры
«Социальные коммуникации»,
кандидат филол. наук



Т.В. Шкайдерова

1. Цели практики

Цель производственной (преддипломной) практики – закрепление и развитие профессиональных навыков в сфере продвижения продукции средств массовой информации, включая печатные издания, телевизионные и радиопрограммы, онлайн-ресурсы, на основе изучения деятельности конкретной профильной организации; выполнение выпускной квалификационной работы.

2. Задачи практики

Задачи производственной (преддипломной) практики:

- закрепление уже полученных в процессе обучения теоретических и практических знаний и умений по основной образовательной программе;
- закрепление умения использовать методы междисциплинарного анализа медийных процессов, методику построения теоретических, эмпирических, прикладных исследований;
- формирование и анализ данных о деятельности СМИ для выполнения выпускной квалификационной работы;
- развитие компетенций, необходимых для решения задач профессиональной деятельности, связанных с передачей материалов для изготовления и публикации медиапроектов;
- подготовка медиапроекта как составной части выпускной квалификационной работы.
- подготовка теоретической и научно-исследовательской части выпускной квалификационной работы;
- оформление выпускной квалификационной работы.

3. Место практики в структуре ООП

Преддипломная практика реализуется в части ООП, формируемой участниками образовательных отношений.

Прохождение преддипломной практики базируется на знаниях и умениях, полученных обучающимися ранее в ходе освоения программного материала ряда учебных дисциплин:

За период прохождения практики обучающийся должен закрепить знания по дисциплинам: «Медиамаркетинг», «Медиараспространение и сетевые коммуникации», «Медиаисследования», «Медиапланирование», «Медиаменеджмент и медиаэкономика», «Количественные методы в социогуманитарных исследованиях», «Управление проектами», полученные в процессе обучения (1-4 курс), получить навыки практического их применения.

В период прохождения преддипломной практики обучающиеся должны закрепить теоретический материал, приобрести практические навыки, собрать и проанализировать необходимый теоретический и научно-исследовательский материал, подготовить медиапроект для выполнения

выпускной квалификационной работы.

4. Тип практики, способ и форма ее проведения

Тип производственной практики – преддипломная практика.

Преддипломная практика проводится дискретно – путем выделения в календарном учебном графике периода учебного времени для проведения практики.

Способы проведения практики: стационарная; выездная.

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

Преддипломная практика может проводиться в рамках проектной деятельности кафедры «Социальные коммуникации» и в лаборатории «Медиакоммуникации» Института общественных наук и международных отношений. Преддипломная 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

Преддипломная практика (далее – практика) направлена на формирование у обучающихся следующих компетенций:

Код и содержание компетенций	Планируемые результаты обучения (индикаторы компетенций)
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

ПК-6 Способен осуществлять поиск идеи/материала для нового продукта по результатам анализа российских и зарубежных источников информации, инициировать творческие идеи для создания нового продукта	Знать: - современные информационно-коммуникационные технологии; - современные тенденции освоения Интернет-пространства производителями информации - конвергентные процессы современной медиаиндустрии Уметь: - планировать освещение значимых событий; - находить информацию, выявлять и использовать различные источники информации; - выделять ключевые моменты в исходном материале для последующего использования в новом продукте; - анализировать информацию из различных источников, определять степень ее достоверности, ориентироваться в новостном пространстве, информационном поле; - проводить ситуационный анализ, пользоваться принципами ведения переговоров; - применять современные интернет-ресурсы для достижения профессиональных целей Трудовые действия: - изучение и анализ отечественных и зарубежных источников информации по тематике создаваемых продуктов; - поиск информации в доступных интернет-источниках
ПК-7 Способен разрабатывать маркетинговые планы продвижения продукции самостоятельно или совместно с отделом маркетинга/рекламы, создавать презентационный/рекламный материал, организовывать проведение рекламных кампаний совместно с подразделением маркетинга	Знать: - методы проведения рекламных кампаний, включая сетевые возможности продвижения контента; - передовой отечественный и зарубежный опыт производства и продвижения продукции телерадиовещания; - организацию системы сбыта и товародвижения, планирования оптовых и розничных продаж; - маркетинговые технологии и технологии бренд-менеджмента Уметь: - определять рекламную стратегию для продвижения конечного продукта; - формировать имидж продукта; - определять рекламную стратегию для продвижения конечного продукта; - использовать производственно-технические возможности компьютерных технологий Трудовые действия: - разработка маркетинговых планов продвижения продукции; - создание презентационного/рекламного материала; - проведение рекламных кампаний
ПК-9 Способен разработать производственный график создания продукта, выбрать оптимальный план подготовки и реализации продукта, оценить творческую и техническую составляющие для оптимизации расходов создания и реализации нового продукта, оценить возможные риски при создании продукта	Знать: - методику социологических и маркетинговых исследований по изучению спроса на продукты телерадиовещательных СМИ, Интернет-СМИ; - основные тенденции развития современного научного знания в области социально-экономических наук. - экспертный анализ и методы оценки рисков; Уметь: - разработать производственный график создания продукта; - выбрать оптимальный план подготовки и реализации продукта; - оценить творческую и техническую составляющие для оптимизации расходов создания и реализации нового продукта; - оценить возможные риски при создании продукта Трудовые действия: - разработка производственного графика создания продукта; - оценка творческой и технической составляющих для оптимизации расходов создания и реализации нового продукта; - оценка возможных рисков при создании продукта

ПК-10 Способен согласовывать тематику нового продукта с руководством канала, вести переговоры (переписку) с авторами (сценаристами) по определению стоимости работ и сроков подготовки сценарного материала, вести переговоры с представителями телеканалов/радиостанций для согласования сетки вещания	Знать: - методы производства мультимедийных продуктов, основные сведения о телекоммуникационных системах, применяемых для теле- и радиовещания - информационную специализацию СМИ; - корпоративные требования к продуктам телерадиовещательных СМИ; - стратегии развития СМИ; - принципы эффективной работы редакции в условиях рыночной экономики; - методику продвижения медиапродукта на информационном рынке. Уметь: - использовать полученные знания для анализа экономических явлений и процессов в коммуникационной сфере; - проводить анализ основных показателей деятельности предприятия и выявлять резервы оптимизации его деятельности; - анализировать и интерпретировать полученные социально-экономические эффекты деятельности СМИ; - использовать знания социально-экономического исследовательского характера при планировании и прогнозировании деятельности различных типов СМИ; - разрешать конфликтные ситуации; - эффективно использовать рабочее время, определять приоритетные задачи. Трудовые действия: - определение стратегических направлений новых продуктов телерадиовещательных СМИ, интернет-СМИ; - привлечение востребованных медиаперсон для авторских проектов; - планирование и прогнозирование деятельности различных типов СМИ; - разработка совместно с творческой группой проекта календарно-постановочного плана (графика производства).
ПК-11 Способен определять квалификационные требования к членам рабочей группы продукта (в творческой и технической части), организовать творческий и производственный процессы, рациональную расстановку кадров, координировать деятельность основного и вспомогательного состава рабочей группы для выполнения комплекса работ на протяжении всего производственного процесса, вести собрания рабочей группы для обсуждения хода работ, определять приоритетные направления, организовывать подбор кадров для создания продукта	Знать: - специфику профессиональной деятельности всех участников проекта; - требования к соблюдению сроков выполнения корректуры, веб-редактирования, дизайнерских работ, публикации материалов; - экономические регуляторы и факторы деятельности медиапредприятий с различными формами собственности. Уметь: - контролировать соблюдения сроков выполнения корректуры, веб-редактирования, дизайнерских работ, публикации материалов; - осуществлять поиск необходимых материальных и людских ресурсов для организации рентабельной социально-экономической деятельности редакций и компаний, корректно выстраивать взаимоотношения с коммерческими и социальными партнёрами; - анализировать и составлять экономические отчёты о деятельности редакций и компаний; - объединять и направлять творческо-производственную деятельность сотрудников в целом. Трудовые действия: - контроль за соблюдением сроков выполнения корректуры, веб-редактирования, дизайнерских работ, публикации материалов; - организация творческого и производственного процессов, рациональная расстановка кадров; - координация деятельности основного и вспомогательного состава рабочей группы для выполнения комплекса работ на протяжении всего производственного процесса; - ведение собраний рабочей группы для обсуждения хода работ, определения приоритетных направлений; - решение вопросов обеспечения проекта необходимыми кадрами в случае возникновения дополнительной потребности в работниках; - разработка предложений о приеме на работу и тарификации работ

ПК-12 Способен организовать обеспечение продукта необходимыми материально-техническими ресурсами в рамках бюджета, подготовить к заключению договоров (контрактов), решить вопросы обеспечения проекта необходимыми кадрами в случае возникновения дополнительной потребности в работниках, обеспечить эффективное использование материальных и финансовых ресурсов, контролировать соблюдения производственного графика, сроков производства и соответствия результата принятой художественной концепции	Знать: - современные технические средства и технологии для создания медийных продуктов; - методы и инструменты эффективного менеджмента; - основы бюджетирования; - принципы и механизмы создания и продвижения медиапроекта в социальных сетях и новейших медиа; Уметь: - определять постановочную сложность, стоимость и источники ресурсного обеспечения создания и реализации нового продукта; - использовать методы эффективного менеджмента для создания производственного графика и применения технологий; - использовать необходимое программное обеспечение; - формировать бюджет (сметную документацию); - осуществлять рекламные, информационные и пропагандистские кампании и мероприятия; - формулировать направления проектной работы в сфере новых медиа Трудовые действия: - оценка творческой и технической составляющей для оптимизации расходов создания и реализации нового продукта; - выбор оптимального плана подготовки и реализации продукта; - разработка производственного графика создания продукта; - контроль соблюдения производственного графика, сроков производства и соответствия результата принятой художественной концепции.
ПК-13 Способен руководить группой видеомонтажа (режиссер, режиссер монтажа) на этапе монтирования готового продукта согласно исходному сценарию, формировать рекомендации для создания промоороликов	Знать: - современные формы, способы и форматы аудио- и видеозаписи, принципы видеосъёмки, видеомонтажа, акустики, свойствах света и цвета кадра; - технические средства монтажа и типы монтажного оборудования Уметь: - создавать видеоматериалы для разных СМИ; - обрабатывать звук, монтировать звуковые материалы; - организовывать процесс монтажа и соблюдать технологию создания медиапрограмм Трудовые действия: - монтировать аудиоматериал; - монтировать видеоматериал - руководство группой видеомонтажа (режиссер, режиссер монтажа) на этапе монтирования готового продукта согласно исходному сценарию; - формирование рекомендаций для создания промоороликов.

6. Структура и содержание практики

6.1. Структура практики

Объем преддипломной практики составляет 6 зачетных единиц, 4 недели (216 часов). Преддипломная практика проводится в 8 семестре.

№ п/п	Разделы (этапы) практики	Виды работ на практике, включая самостоятельную работу обучающихся и трудоемкость (в часах)	Формы текущего контроля
1	Организационный	Участие в установочной конференции по практике Прохождение вводного инструктажа (4 часа)	Дневник практики

2	Практический	Сбор необходимого теоретического и научно-исследовательского материала, подведение итогов исследования, проводимого в рамках выполнения выпускной квалификационной работы, подготовка медиапроекта, как составляющей выпускной квалификационной работы (158 часов)	Дневник практики. Отчет о практике. Выпускная квалификационная работа
3	Отчетный	Предварительное представление выполненного медиапроекта и выпускной квалификационной работы, предзащита ВКР. Оформление отчета о прохождении практики (54 часа)	Защита отчета о практике. Выступление на предзащите (представление выполненного медиапроекта).

6.2. Содержание практики

Организационный этап: участие обучающихся в установочной конференции по практике, ознакомление 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; ознакомление с деятельностью и работниками организации; получение знаний о создании медиабизнеса, разработки его стратегии и концепции, разработки контента; получение умений сформировать коллектив/команду для работы над медиапроектом.

Практический этап: осуществление консультаций с руководителем практики по индивидуальным заданиям; получение знаний о производственном процессе создания медиапродуктов; приобретение умения собирать, обрабатывать информацию с использованием современных программных и аппаратных средств; 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, подведение итогов исследования, проводимого в рамках выполнения выпускной квалификационной работы; оформление текста выпускной квалификационной работы; подготовка текста выступления для защиты выпускной квалификационной работы.

Отчетный этап: систематизация и оформление подготовленных материалов; представление выполненного проекта, объединяющего знания по прослушанным дисциплинам в области медиакоммуникаций, социологии, анализа медиа и цифрового пространства, выполненных с помощью современных исследовательских и коммуникативных методик; подготовка отчета о практике; участие в итоговой конференции по 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;
- выступить с докладом на итоговой конференции.

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 преддипломной практики оцениваются посредством проведения итоговой аттестации – публичной защиты отчета о прохождении практики. Итоговая аттестация по преддипломной практике предусмотрена учебным планом в 8 семестре.

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

- оформить результаты проводимого на протяжении обучения по программе бакалавриата исследования в виде выпускной квалификационной работы;
- оформить текст выпускной квалификационной работы в соответствии с требованиями программы итоговой (государственной итоговой) аттестации;
- своевременно предоставить оформленную выпускную квалификационную работу руководителю выпускной квалификационной работы;
- охарактеризовать актуальность и новизну выбранной темы исследования;
- охарактеризовать степень разработанности темы и основные направления в ее изучении;
- охарактеризовать использованную в ходе проведения исследования методологию и полученные результаты;
- подготовить доклад для защиты выпускной квалификационной работы;
- подготовить и презентовать медиапроект как составляющую выпускной квалификационной работы;
- своевременно представить отчетность по практике, оформленную в соответствии с предъявляемыми требованиями.

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 и презентация медиапроекта и иных творческих материалов;
- 5) выполнение обязанностей обучающегося в период прохождения практики (отчет, результаты предзащиты).

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 уважительных причин; 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 уважительных причин; 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 (предзащита выпускной квалификационной работы)

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 и базовые элементы выпускной квалификационной работы. 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 и базовые элементы выпускной квалификационной работы. 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; представленный доклад содержит описание базовых элементов выпускной квалификационной работы, хотя есть замечания по содержанию.

«Неудовлетворительно»: обучающийся конференцию не посещал или не представил на конференцию доклад, отражающий в полной мере специфику и базовые элементы выпускной квалификационной работы.

Рекомендуемая структура доклада:

1. Описание базовых элементов выпускной квалификационной работы.
2. Виды деятельности, выполняемые за период практики (цели, процедура проведения, анализ успешности).
4. Результаты практики (итоги научно-исследовательской работы).

9. Учебно-методическое и информационное обеспечение практики

Для обработки материалов и подготовки отчета о практике, медиапроекта, выпускной квалификационной работы используется материально-техническое оснащение библиотеки Университета и оборудование новой, современной и высокотехнологической лаборатории «Медиакоммуникации» Института общественных наук и международных отношений, которая выступает базой для выполнения научно-исследовательской части выпускной квалификационной работы, осуществления медиаисследований, исследований цифровой среды и медиааналитики, а также для создания медиапроектов.

Для прохождения практики и подготовки полноценного отчета, медиапроекта, выпускной квалификационной работы 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. Тузовский, А. Ф. Проектирование и разработка web-приложений : учеб. пособие для академического бакалавриата / А. Ф. Тузовский. — М. : Издательство Юрайт, 2019. — 218 с. — (Серия : Университеты России). — ISBN 978-5-534-00515-8. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/2B91E8D1-180F-4892-B6F9-8254A7E605C4.

3. Цифровая экономика : учебник / В.Д. Маркова. — М. : ИНФРА-М, 2018. — 186 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — www.dx.doi.org/10.12737/textbook_5a97ed07408159.98683294 - <http://znanium.com/catalog/product/959818>.

4. Кириллова, Н. Б. Медиаполитика государства в условиях социокультурной модернизации : учеб. пособие для вузов / Н. Б. Кириллова. — М. : Издательство Юрайт, 2019. — 109 с. — (Серия : Университеты России). — ISBN 978-5-534-08477-1. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/75428E85-9CDD-4C02-9932-5A34976337E6.

5. 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>.

6. Касьянов, В. В. Социология интернета: учебник для академического бакалавриата / В. В. Касьянов, В. Н. Нечипуренко. — М.: Издательство Юрайт, 2018. — 424 с. — (Серия: Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-04944-2 — <https://biblio-online.ru/book/sociologiya-interneta-415805>

7. Медиа. Введение / Бриггз А., Кобли П., Никуличев Ю.В., - 2-е изд. - М.:ЮНИТИ-ДАНА, 2015. - 550 с.: ISBN 5-238-00960-7 - <http://znanium.com/catalog/product/872861>.

8. Социология вещей: Сборник статей / Под ред. Вахштайн В. - М.:ИД Тер. будущего, 2006. - 392 с.: 70х100 1/16. - (Университетская библиотека Александра Погорельского) ISBN 5-91129-025-1 - <http://znanium.com/catalog/product/136372>.

9. Много цифр. Анализ больших данных при помощи Excel / Форман Д.; Пер. с англ. Соколовой А. - М.:Альпина Пабли., 2016. - 461 с.: 84х108 1/16 (Обложка) ISBN 978-5-9614-5032-3 — <http://znanium.com/catalog/product/551044>.

10. Цифровые методы обработки информации/БорисоваИ.В. - Новосиб.: НГТУ, 2014. - 139 с.: ISBN 978-5-7782-2448-3 — <http://znanium.com/catalog/product/546207>.

9.2. Дополнительная литература

1. Правовое регулирование рекламной деятельности [Электронный ресурс] / [Н. Д. Эриашвили и др.]. — Электрон. дан. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2015. — 240 с. — ISBN 978-5-238-01546-0. — <http://znanium.com/catalog/product/882001>.

2. Мобильное кино. 100 шагов к созданию фильма: Справочное пособие / Кононова О., Муссель М. - М.:Альпина нон-фикшн, 2018. - 224 с.:

60x90 1/16 (Переплёт) ISBN 978-5-91671-781-5 - Режим доступа:
<http://znanium.com/catalog/product/1002632>

3. Интегрированные коммуникации: реклама, паблик рилейшнз, брендинг: Учебное пособие / Шарков Ф.И. - М.: Дашков и К, 2018. - 324 с.: ISBN 978-5-394-00792-7 - <http://znanium.com/catalog/product/342869>

4. Маркетинговые коммуникации: Учебник / А.А. Романов, И.М. Синяева, В.А. Поляков. - М.: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2011. - 384 с.: 60x90 1/16. (переплет) ISBN 978-5-9558-0194-0 - <http://znanium.com/catalog/product/226894>

5. Управление проектом в сфере графического дизайна / Мус Р., Эррера О. - М.: Альпина Пабли., 2016. - 220 с.: ISBN 978-5-9614-2246-7 - <http://znanium.com/catalog/product/926090>

6. Ахременко, А. С. Политический анализ и прогнозирование в 2 ч. Часть 1 : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / А. С. Ахременко. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 180 с. — (Серия : Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-07223-5 — <https://biblio-online.ru/book/politicheskiy-analiz-i-prognozirovanie-v-2-ch-chast-1-421172>

7. Ахременко, А. С. Политический анализ и прогнозирование в 2 ч. Часть 2 : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / А. С. Ахременко. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 221 с. — (Серия : Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-07227-3 — <https://biblio-online.ru/book/politicheskiy-analiz-i-prognozirovanie-v-2-ch-chast-2-422735>

8. Литвина, Т. В. Дизайн новых медиа: учебник для вузов / Т. В. Литвина. — 2-е изд., испр. и доп. — М.: Издательство Юрайт, 2018. — 249 с. — (Серия: Университеты России). — ISBN 978-5-534-07466-6. — <https://biblio-online.ru/book/dizayn-novyh-media-423119>

9. Социология общественного мнения: Учебное пособие / Г.И. Козырев. - М.: ИД ФОРУМ: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 224 с.: 60x90 1/16. - (Высшее образование). ISBN 978-5-8199-0607-1 - <http://znanium.com/catalog/product/469741>

10. Человек медийный: Технологии безупречного выступления в прессе, на радио и телевидении / Кузин С., Ильин О. - М.: Альпина Пабли., 2016. - 258 с.: ISBN 978-5-9614-1448-6 - <http://znanium.com/catalog/product/926469>

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.poynter.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.rian.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

Преддипломная 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 «Социальные коммуникации» 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.