

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце: Автономная некоммерческая организация высшего образования
ФИО: Ляшенко Татьяна Васильевна «ВЫСШИЙ ХУДОЖЕСТВЕННО-ТЕХНИЧЕСКИЙ ИНСТИТУТ»
Должность: Ректор
Дата подписания: 26.02.2026 12:32:25
Уникальный программный ключ:
6f70794d4ae80e71b4eb424a71db89beedf6b85c

Принято:
Ученым Советом АНО ВО
«ВХУТЕИН»
Протокол № 01-25 от 28.01.2025 г



Утверждаю:
Ректор Т.В. Ляшенко
Приказ № 01-о/25 от 30.01.2025 г..

ПРОГРАММА ПРАКТИКИ

ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ ПРАКТИКА. ПРОФЕССИОНАЛЬНО-ТВОРЧЕСКАЯ ПРАКТИКА

Направление подготовки

42.03.04 «ТЕЛЕВИДЕНИЕ»

(уровень бакалавриата)

Квалификация
Бакалавр

Направленность (профиль)

Производство телерадиовещательной продукции

Форма обучения
очная

Санкт-Петербург
2025

СОДЕРЖАНИЕ

<u>1. ВИД ПРАКТИКИ, СПОСОБ ЕЕ ПРОВЕДЕНИЯ</u>	3
<u>2. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПРИ ПРОХОЖДЕНИИ ПРАКТИКИ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ</u>	3
<u>3. МЕСТО ПРАКТИКИ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ</u>	6
<u>4. ОБЪЕМ ПРАКТИКИ В ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦАХ И ЕЕ ПРОДОЛЖИТЕЛЬНОСТЬ В НЕДЕЛЯХ ЛИБО В АКАДЕМИЧЕСКИХ ИЛИ АСТРОНОМИЧЕСКИХ ЧАСАХ</u>	6
<u>5. СОДЕРЖАНИЕ И ОРГАНИЗАЦИЯ ПРАКТИКИ</u>	7
<u>5.1. Содержание практики</u>	7
<u>5.2. Организация прохождения практики</u>	8
<u>6. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ПРОХОЖДЕНИЮ ПРАКТИКИ И ФОРМЫ ОТЧЕТНОСТИ ПО ПРАКТИКЕ</u>	8
<u>6.1. Методические рекомендации по прохождению практики и составлению отчета</u>	8
<u>6.2. Формы отчетности по практике</u>	9
<u>6.2.1. Направление на практику с рабочей программой практики и индивидуальным заданием по практике</u>	9
<u>6.2.2. Отчет по практике</u>	10
<u>7. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ПРАКТИКЕ</u>	12
<u>7.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования; описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания</u>	12
<u>7.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы</u>	17
<u>7.2.1. Примерные вопросы для подготовки к промежуточной аттестации по практике</u>	17
<u>7.3. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующие этапы формирования компетенций</u>	17
<u>8. ПЕРЕЧЕНЬ УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ И РЕСУРСОВ СЕТИ "ИНТЕРНЕТ", НЕОБХОДИМЫХ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРАКТИКИ</u>	17
<u>а) основная учебная литература:</u>	18
<u>б) дополнительная учебная литература:</u>	Ошибка! Закладка не определена.
<u>в) ресурсы сети «Интернет»</u>	18
<u>9. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ПРИ ПРОВЕДЕНИИ ПРАКТИКИ, ВКЛЮЧАЯ ПЕРЕЧЕНЬ ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ И ИНФОРМАЦИОННЫХ СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМ</u>	19
<u>10. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКАЯ БАЗА ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРАКТИКИ</u>	19

1. ВИД ПРАКТИКИ, СПОСОБ ЕЕ ПРОВЕДЕНИЯ

Профессионально - творческая практика по направлению 42 03 04 «Телевидение» является важной составной частью учебного плана подготовки студентов. Она организуется в 8 семестре, ее продолжительность составляет 10 недель. Данная практика направлена на формирование расширенных представлений о функционировании и развитии структур по производству телевизионной и медиапродукции, получение разностороннего опыта работы в коллективе или в конкретном телевизионном проекте.

Это подразумевает развитие профессиональных умений и навыков, полученных в процессе второго и третьего года обучения. Место для прохождения студентами практики выбирается Организацией самостоятельно и зависит от направленности (профиля) образовательной программ. Рекомендуемые формы контроля успеваемости: дневник практики, отчет, отзыв организации о практике студента.

Способ проведения практики: стационарная.

2. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПРИ ПРОХОЖДЕНИИ ПРАКТИКИ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Целью прохождения практики является формирование профессиональных компетенций, закрепление в ходе практической деятельности знаний и навыков, полученных в процессе обучения по направлению 42 03 04 «Телевидение» в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта.

Основными задачами практики являются:

- углубление знаний в области постановки задач и организации работы подразделений Автономной некоммерческой организации высшего образования «ВЫСШИЙ ХУДОЖЕСТВЕННО-ТЕХНИЧЕСКИЙ ИНСТИТУТ» (Далее – Институт) по производству телевизионной и медиапродукции;
- систематизация, закрепление и расширение теоретических знаний для решения конкретных производственных задач;
- ознакомление с работой Студией звукозаписи и телевидения, пресс-центром, пресс-службой, отделами рекламы и внешним связям и т.п. Института;
- активное участие в организации и проведении специальных мероприятий и PR-акций, направленных на подготовку и трансляцию телевизионных и медиапродуктов.
- углубление знаний в области постановки задач и организации работы подразделений Института, производящих телевизионную продукцию;
- овладение навыками организации и управления производством и трансляцией телевизионной и медиапродукции;
- активное участие в организации и проведении специальных мероприятий и PR-акций;
- овладение навыками ведения баз данных организации;
- развитие творческого потенциала, способности самостоятельно формулировать цели, идеи и разрабатывать приемы телевизионной работы;
- освоение практических приемов и методов работы рекламных и ТВ-специалистов, основных технологий и направлений ТВ-работы в конкретной сфере, основных методик решения конкретных задач, специфических особенностей ТВ-работы в различных сферах;
- использование полученных теоретических знаний в практической деятельности: работы с информационными источниками и материалами, работы с использованием оргтехники, осуществления различных видов ТВ-деятельности в конкретной сфере, осуществления квалифицированного анализа и обработки информационных материалов,

организации деловой коммуникации с коллегами, клиентами и широкой общественностью, организации работы со СМИ, ведения протоколно-деловых мероприятий;

–участие в реальном процессе создании телевизионной и медиапродукции.

Область профессиональной деятельности выпускников, освоивших программу практики в соответствии с Профессиональным стандартом "Специалист по производству продукции телерадиовещательных средств массовой информации", утвержденным приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 28 октября 2014 г. N 811н (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 26 ноября 2014 г., регистрационный N 34949):

04 Культура, искусство (в сфере организации производства теле- и кинофильмов);

11 Средства массовой информации, издательство и полиграфия (в сфере мультимедийных, печатных, теле- и радиовещательных средств массовой информации).

Объектами профессиональной деятельности выпускников, освоивших программу практики, являются телевизионные продукты и (или) иной коммуникационный продукт, передаваемый по различным каналам средствами массовой информации (далее – СМИ) и другими медиа, адресованный разным целевым группам/группам общественности.

Типы задач профессиональной деятельности, на которые направлено изучение практики:

Организационный.

Программа практики направлена на формирование следующих компетенций:

ОПК-1; ОПК-2; ОПК-3; ОПК-4; ОПК-5; ОПК-6; ОПК-7; ПК-1; ПК-2.

В результате прохождения практики обучающийся должен овладеть следующими результатами, соотнесенными с планируемыми результатами освоения образовательной программы

<i>Код компетенции</i>	<i>Наименование общепрофессиональной компетенции</i>	<i>Код и наименование индикатора достижения общепрофессиональной компетенции</i>
ОПК-1	Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	ОПК-1.1. Выявляет отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ ОПК-1.2. Осуществляет подготовку текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем.
ОПК-2	Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	ОПК-2.1. Знает систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития ОПК-2.2. Способен учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с

		общественностью и/или коммуникационных продуктов.
ОПК-3	Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	<p>ОПК-3.1. Демонстрирует кругозор в сфере отечественного и мирового культурного процесса</p> <p>ОПК-3.2. Учитывает достижения отечественной и мировой культуры, а также средства художественной выразительности в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.</p>
ОПК-4	Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	<p>ОПК-4.1. Соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп</p> <p>ОПК-4.2. Использует основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности, учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов</p>
ОПК-5	Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	<p>ОПК-5.1. Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях.</p> <p>ОПК-5.2. Осуществляет свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы.</p>
ОПК-6	Способен использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии	<p>ОПК-6.1. Отбирает для осуществления профессиональной деятельности необходимое техническое оборудование и программное обеспечение.</p> <p>ОПК-6.2. Применяет современные цифровые устройства, платформы и программное</p>

		обеспечение на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.
ОПК-7	Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности	ОПК-7.1. Знает цеховые принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности. ОПК-7.2. Осуществляет отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом
ПК-1	Способен применять полученные знания в области журналистики, теории коммуникации, истории телевидения, способов производства и распространения телепродукции в собственной профессиональной деятельности.	ПК-1.1. Готовит материал для выпуска программы в эфир ПК-1.2. Производит репетирование, съемку программ ПК-1.3. Обеспечивает производственный процесс создания телевизионного и мультимедийного продукта необходимыми ресурсами ПК-1.4. Производит программно-технологическую реализацию телевизионного и мультимедийного продукта

3. МЕСТО ПРАКТИКИ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Практика проводится на 4 курсе, в 8 семестре.

Для прохождения практики студент должен освоить дисциплины «Режиссура монтажа в создании коммуникационного продукта», «Сценарное мастерство в сфере медиакоммуникаций», «Операторское мастерство», «Телережиссура в сфере медиакоммуникаций», «Видеоанимация и видеомонтаж», «Мастерство телеведущего», «Студийная и репортажная съемка», «Звукорежиссура», «Социология массовых коммуникаций», «Редактирование медиаконтента социальных сетей», «Основы НИД и информационная культура».

4. ОБЪЕМ ПРАКТИКИ В ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦАХ И ЕЕ ПРОДОЛЖИТЕЛЬНОСТЬ В НЕДЕЛЯХ ЛИБО В АКАДЕМИЧЕСКИХ ИЛИ АСТРОНОМИЧЕСКИХ ЧАСАХ

Объем практики в зачетных единицах составляет 15 зачетных единиц (ЗЕ), 540 академических часов (10 недель).

Форма промежуточной аттестации – зачет в 8 семестре.

5. СОДЕРЖАНИЕ И ОРГАНИЗАЦИЯ ПРАКТИКИ

5.1. Содержание практики

Содержание профессионально - творческой практики направлено на обеспечение непрерывности и последовательности овладения студентом профессиональной деятельностью в соответствии с требованиями к уровню подготовки бакалавра.

Программа профессионально - творческой практики включает:

- задания, направленные на формирование системных представлений о реальных основах режиссуры в медиасреде;
- углубленное знакомство с профессией; – овладение необходимыми знаниями и навыками для выполнения функций сценариста и режиссера;
- знакомство с деятельностью (подразделения (специалиста), осуществляющего подготовку телевизионных программ;
- задания, направленные на анализ конкретных профессиональных задач, способов их решения и оценку ожидаемых результатов, выполнения функций телевизионного режиссера, сценариста, оператора, использование различных методов анализа информации в сфере своей профессиональной деятельности;
- развитие полученных ранее навыков работы по специальности;
- составление отчета о практике; -
- защиту отчета о практике на заседании кафедры.

В ходе практики студенты должны познакомиться со спецификой работы конкретного подразделения или специалиста по производству телевизионной и медиапродукции, особенности технологий подготовки продукции в медиасфере сфере. Полнота и степень детализации этих задач регламентируется в индивидуальном задании применительно к особенностям и возможностям конкретного подразделения Института с учетом интересов будущего трудоустройства студентов. Индивидуальное задание на учебно-производственную практику формируется с учетом особенностей и характеристик деятельности подразделений Института, предоставляющей возможность для ее прохождения и структурируется на основе следующих элементов:

№ п/п	Задание на практику	Отчетная документация
1	Познакомиться с организационно-распорядительными документами подразделения Института, отражающими особенности ее коммуникативной политики	Представить результаты ознакомления
2	Проанализировать роль подразделения (специалиста) Института осуществляющего подготовку телевизионной и медиапродукции	Представить результаты анализа
3	Проанализировать методы взаимодействия с целевыми группами подразделений Института (посредством СМИ, корпоративных СМИ, т.е. внутренних изданий, прямых контактов с руководством организации, PR и рекламных мероприятий и т. д.)	Представить описание целевых групп организации и форм работы с представителями этих групп
4	Изучить методы сбора информации (интервью, опросы, контент-анализ и пр.)	Описать результаты изучения
5	Проанализировать специфику подготовки сценария, проведения студийной и репортажной съемки, режиссуры монтажа.	Самостоятельно составить сценарий и представить результаты

6	Изучить особенности проведения внутренних мероприятий для подготовки телевизионной и медиапродукции.	Описать методы и технологии, использовавшиеся в ходе подготовки и реализации данных мероприятий. Представить составленную программу/программы
7	Проанализировать план работы Студии звукозаписи и телевидения.	Представить результаты анализа

5.2. Организация прохождения практики

Приказом по Институту студенты направляются для прохождения практики в подразделения Института, в которых осуществляется производство телевизионной и медиапродукции: Студия звукозаписи и телевидения; Отдел рекламы и внешних связей и т.п. Для руководства практикой, проводимой в профильных подразделениях АНО ВО «ВХУТЕИИ», назначается руководитель (руководители) практики из числа лиц, относящихся к профессорско-преподавательскому составу Института.

Руководитель практики от Института:

- устанавливает связь с руководителями практики от организации и совместно с ними составляют рабочую программу проведения практики;
- разрабатывает тематику индивидуальных заданий;
- принимает участие в распределении студентов по рабочим местам и видам работ;
- несет ответственность за соблюдение студентами правил техники безопасности;
- осуществляет контроль за соблюдением сроков практики и ее содержанием.
- оказывает методическую помощь студентам при выполнении ими индивидуальных заданий и сборе материалов к выпускной квалификационной работе;
- оценивает результаты выполнения студентами программы практики.

Обучающиеся в период прохождения практики:

- выполняют рабочий график (план), предусмотренный программами практики;
- соблюдают правила внутреннего трудового распорядка;
- соблюдают требования охраны труда и пожарной безопасности.

6. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ПРОХОЖДЕНИЮ ПРАКТИКИ И ФОРМЫ ОТЧЕТНОСТИ ПО ПРАКТИКЕ

6.1. Методические рекомендации по прохождению практики и составлению отчета

1. До начала практики составляется рабочий график (план) проведения практики; обучающиеся получают индивидуальные задания по практике; по результатам практики обучающиеся представляют отчет по практике и проходят устное собеседование с руководителем практики от Института. Обучающиеся вправе представить отзыв руководителя практики от профильного подразделения Института, составленный в произвольной форме.
2. В период практики студенты должны вести рабочие записи и собрать необходимые материалы для составления отчета о прохождении производственной практики.
3. Основные методы работы в процессе производственной практики:
 - наблюдение за деятельностью и условиями работы профильных подразделений Института;
 - беседа с сотрудниками;
 - анализ основных умений и навыков, необходимых для успешного выполнения профессиональной деятельности;
 - изучение документации.

4. Отчет должен содержать развернутые ответы на все вопросы, предусмотренные программой прохождения практики. Отчет оформляется в печатном виде на стандартных листах бумаги формата А4 (шрифт Times New Roman, размер - 14, полуторный интервал, поля: верхнее нижнее и правое - 2 см, левое - 3 см). Нумерация листов сквозная, титульный лист учитывается, но не нумеруется. Объем отчета определяется каждым студентом индивидуально. Обложкой отчёта является титульный лист, на котором должны быть указаны все атрибуты работы и сведения о студенте. В конце отчета могут находиться приложения: выписки из устава организации, положения, должностные инструкции, образцы служебной документации, используемые методики и технологии и т.п.

6.2. Формы отчетности по практике

6.2.1. Направление на практику с рабочей программой практики и индивидуальным заданием по практике

НАПРАВЛЕНИЕ НА ПРАКТИКУ обучающегося

(20__ - 20__ учебный год)

(Ф.И.О. обучающегося)

Направление подготовки _____

Направленность (профиль) _____

Курс, семестр _____

Вид практики _____

Способ проведения практики – стационарная _____

Срок проведения практики _____

Место проведения практики _____

Руководитель практики от Института _____
(Ф.И.О. должность, ученое звание)

Руководитель практики от организации (при направлении в организацию) _____

(Ф.И.О. должность, ученое звание)

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРАКТИКИ

№	Планируемые формы работы	Сроки проведения

ИНДИВИДУАЛЬНОЕ ЗАДАНИЕ ПО ПРАКТИКЕ

При прохождении производственной практики, Профессионально-творческой практики, студент должен выполнить следующие задания:

1. Познакомиться с деятельностью профильных подразделений Института.
2. Наблюдать за деятельностью и условиями работы, по созданию сценария телевизионной и медиапродукции; организации и проведению студийной и выездной съемки; монтажу и озвучиванию телевизионной и медиапродукции.
3. Проанализировать и описать цель, задачи, функциональные обязанности указанных работников в данной организации.
4. Описать основные виды деятельности и формы работы.
5. Проанализировать и описать основные умения и навыки, необходимые для успешного выполнения профессиональной деятельности.
6. Принять участие в реальном процессе создания телевизионной и медиапродукции.
7. Самостоятельно разработать телевизионного и медиапродукта.

Обучающийся _____ / _____
(подпись) (Ф.И.О.)

Руководитель практики _____ / _____
(подпись) (Ф.И.О.)

6.2.2. Отчет по практике

ОТЧЕТ о практике

(Ф.И.О. обучающегося)

Направление подготовки _____
(шифр и наименование)

Направленность (профиль): _____
(шифр и наименование)

Курс, семестр _____

Вид практики _____

Способ проведения практики - стационарная _____

Срок проведения практики _____

Место проведения практики _____

Руководитель практики: _____

Содержание практики: _____

Раздел «Содержание практики» включает:

- Характеристику профильных подразделений Института, где проходила практика (базы практики).
 1. Название профильных подразделений Института.
 2. Основной вид деятельности, цели, задачи профильных подразделений Института.
 3. Административно-организационная структура профильных подразделений Института, место процесса создания телевизионных и медиапродуктов.
- Дневник практики, содержащий информацию о выполнении индивидуального задания по практике.
 1. Результаты знакомства с профильным подразделением Института в котором проходит практика.
 2. Знакомство с особенностями деятельности профильных подразделений Института.
 3. Знакомство с номенклатурой и ведением документации.
 4. Наблюдение за работой специалистов по подготовке телевизионной продукции и медиаконтента.
 5. Участие в практической деятельности профильных подразделений Института.
 6. Выполнение практических заданий профильных подразделений Института.
 7. Разработка сценария телевизионного и медиапродукта.
- Обобщенный отчет, в котором отражены полученные знания, умения и навыки (чему научились, что нового узнали, с какими трудностями столкнулись, их причины, пути разрешения и профилактика и т.д.).

7. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ПРАКТИКЕ

7.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования; описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Этап (уровень) освоения компетенции	Планируемые результаты обучения (показатели достижения заданного уровня освоения компетенций)	Шкала и критерии оценивания результатов обучения	
		Не зачтено	Зачтено
ОПК – 1 Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем. Этап – промежуточный этап формирования компетенции	ОПК-1.1. Выявляет отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ	Не выявляет отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ	Выявляет отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ
	ОПК-1.2. Осуществляет подготовку текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем.	Допускает грубые ошибки при подготовке текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем.	Умеет осуществлять подготовку текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем.

<p>ОПК – 2 Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах. Этап – промежуточный этап формирования компетенции</p>	<p>ОПК-2.1. Знает систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития</p>	<p>Не знает систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития</p>	<p>Знает систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития</p>
	<p>ОПК-2.2. Способен учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов.</p>	<p>Не учитывает основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов.</p>	<p>Учитывает основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов.</p>
<p>ОПК-3 Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов. Этап – промежуточный этап формирования компетенции</p>	<p>ОПК-3.1. Демонстрирует кругозор в сфере отечественного и мирового культурного процесса</p>	<p>Демонстрирует слабый кругозор в сфере отечественного и мирового культурного процесса</p>	<p>Демонстрирует кругозор в сфере отечественного и мирового культурного процесса</p>
	<p>ОПК-3.2. Учитывает достижения отечественной и мировой культуры, а также средства художественной выразительности в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.</p>	<p>Слабо учитывает достижения отечественной и мировой культуры, а также средства художественной выразительности в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов</p>	<p>Учитывает достижения отечественной и мировой культуры, а также средства художественной выразительности в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов</p>

<p>ОПК-4 Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности. Этап – промежуточный этап формирования компетенции</p>	<p>ОПК-4.1. Соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп</p>	<p>Не в полной мере соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп</p>	<p>Соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп</p>
	<p>ОПК-4.2. Использует основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности, учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов</p>	<p>Недостаточно использует основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности, учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов</p>	<p>Использует основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности, учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов</p>
<p>ОПК-5 Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования.</p>	<p>ОПК-5.1. Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях</p>	<p>Недостаточно знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях</p>	<p>Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях</p>
	<p>ОПК-5.2. Осуществляет свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов</p>	<p>Осуществляет свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью без учета специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы</p>	<p>Осуществляет свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы</p>

<p>Этап – промежуточный этап формирования компетенции</p>	<p>функционирования конкретной медиакоммуникационной системы</p>		
<p>ОПК-6 Способен использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии. Этап – промежуточный этап формирования компетенции</p>	<p>ОПК-6.1. Отбирает для осуществления профессиональной деятельности необходимое техническое оборудование и программное обеспечение</p>	<p>Неадекватно отбирает для осуществления профессиональной деятельности необходимое техническое оборудование и программное обеспечение</p>	<p>Отбирает для осуществления профессиональной деятельности необходимое техническое оборудование и программное обеспечение</p>
	<p>ОПК-6.2. Применяет современные цифровые устройства, платформы и программное обеспечение на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов</p>	<p>Применяет современные цифровые устройства, платформы и программное обеспечение не на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов</p>	<p>Применяет современные цифровые устройства, платформы и программное обеспечение на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов</p>
<p>ОПК-7 Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности. Этап – промежуточный этап формирования компетенции</p>	<p>ОПК-7.1. Знает цеховые принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности</p>	<p>Знает цеховые принципы социальной ответственности, не знает типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности</p>	<p>Знает цеховые принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности</p>
	<p>ОПК-7.2. Осуществляет отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым</p>	<p>Осуществляет отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью не в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом</p>	<p>Осуществляет отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом</p>

	профессиональным сообществом		
<p>ПК-1 Способен применять полученные знания в области журналистики, теории коммуникации, истории телевидения, способов производства и распространения телепродукции в собственной профессиональной деятельности.</p>	<p>ПК-1.1. Готовит материал для выпуска программы в эфир ПК-1.2. Производит репетирование, съемку программ ПК-1.3. Обеспечивает производственный процесс создания телевизионного и мультимедийного продукта необходимыми ресурсами ПК-1.4. Производит программно-технологическую реализацию телевизионного и мультимедийного продукта</p>	<p>Не вполне владеет технологией выполнения маркетинговых исследований в области СМИ, а также продвижением товаров и услуг.</p> <p>Не умеет использовать методику разработки маркетинговой стратегии для продукции СМИ, товаров и услуг.</p> <p>Не владеет навыками планирования и организации мероприятий, способствующих увеличению продаж продукции СМИ, товаров и услуг.</p> <p>Не умеет контролировать и оценивать эффективность результатов продвижения продукции СМИ, товаров и услуг</p>	<p>Полностью владеет технологией выполнения маркетинговых исследований в области СМИ, а также продвижением товаров и услуг.</p> <p>Умеет использовать методику разработки маркетинговой стратегии для продукции СМИ, товаров и услуг.</p> <p>Владеет навыками планирования и организации мероприятий, способствующих увеличению продаж продукции СМИ, товаров и услуг.</p> <p>Умеет в достаточной степени контролировать и оценивать эффективность результатов продвижения продукции СМИ, товаров и услуг</p>

7.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы.

7.2.1. Примерные вопросы для подготовки к промежуточной аттестации по практике

1. Дайте характеристику профильного подразделения Института, в которой Вы проходили практику.
2. Определите, чем отличаются цель, задачи, функциональные обязанности специалистов по подготовке телевизионных программ в т.ч. медиаконтента, режиссера, оператора, режиссера монтажа, звукорежиссера, диктора и т.п.
3. Опишите основные формы работы режиссера, оператора, режиссера монтажа, звукорежиссера, диктора и т.п. и иных должностных лиц, участвующих в производстве телевизионной и медиапродукции в данном подразделении.
4. Охарактеризуйте роль корпоративных норм и стандартов в работе.
5. Перечислите профессионально важные качества должностных лиц, участвующих в производстве телевизионной и медиапродукции в данном подразделении.
6. Опишите круг проблем в работе этих должностных лиц, в данном подразделении.
7. Дайте определение основных видов профессиональной деятельности сценариста, режиссера, оператора, звукорежиссера, продюсера, менеджера коммуникационной структуры.
8. Охарактеризуйте основные принципы профессиональной деятельности сотрудников.

7.3. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующие этапы формирования компетенций

По результатам собеседования и оценки отчета, руководителем практики выставляется оценка по шкале – «зачтено» или «не зачтено». В случае получения оценки «не зачтено», обучающийся может быть отчислен из Института, как не выполнивший учебный план, либо повторно направлен на прохождение соответствующей практики.

Промежуточная аттестация по результатам практики проводится в форме **зачета**.

При оценке работы студента во время практики принимается во внимание:

- деятельность студента в период практики (степень полноты выполнения программы);
- содержание и качество оформления отчета;
- ответы студента на собеседовании по результатам практики.

Оценка отчета «зачтено» требует:

- твердых и полных знаний всего материала отчета, правильного понимания сущности и взаимосвязи изложенной в нем информации;
- логически последовательных и содержательных ответов на все вопросы, поставленные руководителем практики; владение информацией о предприятии (организации, фирме), на котором осуществлялась практика.

Оценка «не зачтено» выставляется в случае:

- отсутствия ответов на вопросы руководителя практики либо непонимания сущности представленного материала;
- несоответствия отчета по структуре, содержанию и объему предъявляемым требованиям настоящей программы;
- предоставления отчета по истечении установленного срока.

8. ПЕРЕЧЕНЬ УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ И РЕСУРСОВ СЕТИ "ИНТЕРНЕТ", НЕОБХОДИМЫХ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРАКТИКИ

а) основная учебная литература:

1. Фрумкин, Г. М. Телевизионная режиссура. Введение в профессию : учебное пособие / Г. М. Фрумкин. — Москва : Академический Проект, 2020. — 137 с. — ISBN 978-5-8291-2652-0. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/132320> (дата обращения: 21.12.2024). — Режим доступа: для авториз. пользователей.
2. Ширяев, В. Сценарное мастерство / В. Ширяев, Д. Котов. — Москва : Альпина Паблишер, 2020. — 256 с. — ISBN 978-5-9614-2402-7. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/140509> (дата обращения: 21.12.2024). — Режим доступа: для авториз. пользователей.
3. Анпилогова, Л.В. Теория коммуникации : учебное пособие / Л.В. Анпилогова, Ю.В. Кудашова. — Оренбург : ОГУ, 2016. — 205 с. — ISBN 978-5-7410-1459-2. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/98141>.

Дополнительная рекомендуемая литература:

1. Корнилова, Е. Н. Риторика — искусство убеждать. Своеобразие публицистики античного мира : учебное пособие / Е. Н. Корнилова. — 4-е изд. — Москва : Аспект Пресс, 2019. — 224 с. — ISBN 978-5-7567-0912-4. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/112519> (дата обращения: 20.12.2024). — Режим доступа: для авториз. пользователей.
2. Сторожева, Е. В. Интернет-маркетинг и реклама : учебное пособие / Е. В. Сторожева, А. Н. Старков. — Москва : ФЛИНТА, 2017. — 64 с. — ISBN 978-5-9765-3698-2. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/104929>
3. Головлева, Е. Л. Основы рекламы : учебное пособие / Е. Л. Головлева. — Москва : Академический Проект, 2020. — 330 с. — ISBN 978-5-8291-2676-6. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/133154>

в) ресурсы сети «Интернет»

1. 1.1 Современные профессиональные базы данных
2. Национальная электронная библиотека (НЭБ) <https://xn--90ax2c.xn--p1ai/>
3. Университетская информационная система РОССИЯ <https://uisrussia.msu.ru/>
Информационные справочные системы Портал «Единое окно доступа к образовательным ресурсам» <http://window.edu.ru/window>.
4. Internet Movie Database: <http://www.imdb.com>
5. Национальный кинопортал: www.film.ru
6. Журнал «Искусство кино»: <http://www.kinoart.ru>
7. Журнал «Киноведческие записки»: <http://www.kinozapiski.ru>
8. Журнал «Киносценарии» <http://www.zhurnal.ru/kinoizm/kinoscenarii/>
9. Журнал «Сеанс» <http://www.seance.ru/>
10. http://www.vpg.ru/services_in.mhtml?PubID=16
11. Российский общеобразовательный портал [Электронный ресурс]: - Режим доступа: <http://experiment.edu.ru>
12. <http://elibrary.ru/> — Российский индекс научного цитирования (РИНЦ). Национальная информационно-аналитическая система.
13. www.scopus.com — SCOPUS (SCIVERSE SCOPUS). Мультидисциплинарная библиографическая и реферативная база данных.
14. Портал Правительства России: <http://government.ru>.
15. 6. Портал Правительства России: <http://government.ru>.

9. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ПРИ ПРОВЕДЕНИИ ПРАКТИКИ, ВКЛЮЧАЯ ПЕРЕЧЕНЬ ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ И ИНФОРМАЦИОННЫХ СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМ

В процессе прохождения практики студентами могут быть использованы следующие информационные технологии:

использование электронных изданий (слайд-презентаций, электронного курса, графических объектов, видео- аудио- материалов (через Интернет));

использование информационных (справочных) систем, баз данных;

организация взаимодействия с обучающимися посредством электронной почты, форумов, Интернет-групп, скайп, чаты, видеоконференцсвязь;

компьютерное тестирование.

а) Электронные базы данных:

1. <http://cyberleninka.ru/>
2. <http://att.nica.ru>
3. <http://window.edu.ru/window/library>
4. <http://www.intuit.ru/catalog/informatics/>

Каждый обучающийся в течение всего периода освоения дисциплины обучения должен быть обеспечен индивидуальным неограниченным доступом к электронно-библиотечной системе (Электронно-библиотечная система Лань) и к электронной информационно-образовательной среде ВХУТЕИН.

б) Состав лицензионного программного обеспечения: MicrosoftWindows; Microsoft Office; Kaspersky Endpoint Security.

10. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКАЯ БАЗА ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРАКТИКИ

Материально-техническая база для проведения преддипломной практики формируется на основе требований к условиям реализации образовательных программ, определяемых Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 42.03.04 Телевидение (уровень бакалавриата), утвержденным приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 8 июня 2017 г. N 526, зарегистрированным Минюстом России 29 июня 2017 г. регистрационный № 47241, с учетом особенностей, связанных с профилем образовательной программы.

Институт располагает материально-технической базой, обеспечивающей проведение практики.

В процессе освоения обучающимися дисциплины (модуля) могут быть использованы следующие информационные технологии:

использование на занятиях слайд-презентаций, видео- и аудиоматериалов (через Интернет).

организация взаимодействия с обучающимися посредством электронной почты.

В качестве материально-технического обеспечения дисциплины используются учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы. Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети Интернет и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду института.

Материально-техническая база включает помещения для самостоятельной работы, читальный зал Института, оборудованные компьютерной техникой и периферийным оборудованием, оборудованием для демонстрационного материала и наглядными пособиями.

Материально-техническая база соответствует действующим санитарным и противопожарным правилам и нормам.