

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Сухолет Автономная некоммерческая организация высшего образования

Должность: ректор ИНСТИТУТ СОВРЕМЕННОГО ИСКУССТВА

Дата подписания: 04.09.2023 19:34:57

Уникальный программный ключ:

90b04a8fcfa24f39034a47d003e725667d57043e870b41a3cee22df0848bbe2c



ПРИЛОЖЕНИЕ 2 К ООП
УТВЕРЖДЕНО УЧЕНЫМ СОВЕТОМ ИСИ В СОСТАВЕ ООП

АННОТАЦИИ К РАБОЧИМ ПРОГРАММАМ ПРАКТИК

Образовательная программа

СТРАТЕГИЯ МЕДИАКОММУНИКАЦИЙ

Направление подготовки / специальность

42.04.02 ЖУРНАЛИСТИКА

Уровень высшего образования

Магистратура



АННОТАЦИЯ К ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКЕ. Б 2.О.01.(П) ПРОФЕССИОНАЛЬНО-ТВОРЧЕСКАЯ ПРАКТИКА

Цели:	Профессионально-творческая практика призвана сформировать умения и навыки практической работы выпускника применительно к конкретной отрасли деятельности организации. В результате прохождения практик должны быть созданы условия для формирования профессиональных компетенций журналиста, а именно, приобретены представления о работе журналиста и особенностях структуры и деятельности редакций средств массовой информации; приобщении обучающегося к социальной среде журналистских предприятий с целью приобретения социально-личностных компетенций, необходимых для дальнейшего обучения по направлению.
Задачи:	<ul style="list-style-type: none"> – выполнение профессионально-творческих обязанностей по созданию медиаконтента в форматах и жанрах повышенной сложности; – осуществление профессиональной деятельности на основе знаний современных концепций массовой коммуникации и положений теории журналистики, понимания спектра функций СМИ как важнейшего института и средства социальной коммуникации, роли аудитории в процессе производства и потребления массовой информации; – осуществление профессиональной деятельности на базе знания современных медиасистем, их структуры, знания специфики российских и зарубежных национальных моделей СМИ; осуществление профессиональной деятельности в соответствии с принципами создания современных медиатекстов для разных медийных платформ, а также в соответствии с принципами деонтологии в профессиональной практике;
Компетенции обучающегося, формируемые в результате изучения дисциплины:	ОПК-1; ОПК-3; ОПК-5; ОПК-6; ОПК-7; ПК-1; ПК-2; ПК-3
Вид практики	Производственная
Тип практики	Профессионально-творческая практика
Способ проведения практики	Стационарная
Форма проведения практики	Дискретно: по видам практик – путем выделения в календарном учебном графике непрерывного периода учебного времени для



проведения каждого вида (совокупности видов) практики

**ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ
по практике, соотнесенных с планируемыми результатами освоения
образовательной программы**

Прохождение данной практики направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций:

ОПК-1	Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыт
Знать:	- мировой и отечественный опыт журналистики, типологию СМИ, функции и социальные задачи журналистики, систему жанров и форматов прессы, радиовещания и телевидения, специфику интернет-журналистики, алгоритм подготовки и создания журналистского материала, нормы современного русского языка и стилистику медиатекстов
Уметь:	– осуществлять поиск темы и выявлять актуальную проблематику, получать информацию в ходе профессионального общения с героями, свидетелями и экспертами, фиксировать полученные сведения, отбирать релевантную информацию из доступных документальных источников, проверять достоверность полученной информации, разграничивая факты и мнения
Владеть:	- навыками принятия и реализации творческих решений на основе имеющегося отечественного и мирового опыта журналистики, навыками соблюдения профессиональных этических норм на всех этапах работы, а также навыками подготовки к публикации журналистского текста и (или) продукта с учетом требований редакции СМИ или другого медиа

ОПК-3	Способен анализировать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов
Знать:	– этапы и тенденции развития отечественного и мирового культурного процесса
Уметь:	– анализировать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов и (или) коммуникационных продуктов



Владеть:	– навыками использования разноплановой эрудиции в сфере отечественной и мировой культуры в создаваемых журналистских текстах и (или) продуктах
ОПК-5	Способен для принятия профессиональных решений анализировать актуальные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования
Знать:	– особенности политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие – разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях
Уметь:	– моделировать индивидуальные и коллективные профессиональные журналистские действия в зависимости от условий конкретной медиакоммуникационной системы
Владеть:	- навыками анализа актуальных тенденций развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования, для принятия профессиональных решений
ОПК-6	Способен использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно коммуникационные технологии
Знать:	- современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии
Уметь:	- отбирать для осуществления профессиональной деятельности необходимое техническое оборудование и программное обеспечение
Владеть:	- навыками эксплуатации современных стационарных и мобильных цифровых устройств на всех этапах создания журналистского текста и (или) продукта
ОПК-7	Способен оценивать и прогнозировать возможные эффекты в медиа сфере, следуя принципам социальной ответственности
Знать:	– закономерности формирования эффектов и последствий профессиональной деятельности, концепции ее социальной ответственности



Уметь:	<ul style="list-style-type: none"> – оценивать корректность творческих приемов при сборе, обработке и распространении информации в соответствии с общепринятыми стандартами и правилами профессии журналиста
Владеть:	<ul style="list-style-type: none"> – навыками оценки и прогнозирования возможных эффектов в медиа сфере на основе принципов социальной ответственности
ПК-1	<ul style="list-style-type: none"> – Способен осуществлять разработку основных направлений (концепций) вещания и эфирного планирования совместно с коллегами, готовить авторские комментарии, журналистские и/или медиатексты в рамках реализации редакционной политики, обрабатывать и редактировать входящую информацию, готовить предложения для осуществления творческих планов редакции
Знать:	<ul style="list-style-type: none"> – Законодательство Российской Федерации о средствах массовой информации – Источники необходимой информации для подготовки авторских материалов – Специфику информационной работы в СМИ
Уметь:	<ul style="list-style-type: none"> – Анализировать и структурировать информацию – Вести работу с учетом перспектив развития редакции /канала – Использовать позитивный зарубежный и отечественный опыт – Готовить собственные материалы, писать сценарии – Отбирать актуальные, потенциально востребованные тем, которые могут привлечь внимание телезрителей – Редактировать тексты – Готовить изложение важнейших документов, материалов печати и информационных агентств
Владеть:	<ul style="list-style-type: none"> – Подготовка авторских материалов: аналитических, обобщающих, обзорных по актуальной проблематике с широким привлечением документов, с выражением собственного мнения и мнения редакции/канала по рассматриваемому вопросу – Обработка/редактирование входящей информации – Проверка достоверности полученной информации – Редактирование материалов, обеспечение правильности приводимых цитат, имен, цифр и других фактических данных – Исследование темы программы и работа над сценарием – Предложение оригинальных тем для новых выпусков программ – Выработка и подача творческих идей



ПК-2	<ul style="list-style-type: none">– Способен управлять созданием и выпуском в эфир продуктов телерадиовещательных СМИ, оценивать позиции канала на медиарынке, планировать будущие теле- и радиовещательные проекты и осуществлять их продвижение
Знать:	<ul style="list-style-type: none">– Конъюнктуру рынка медиапродуктов– Особенности целевой аудитории, ее социальные и психологические характеристики– Мировые тенденции развития сферы СМИ (содержательные и технологические)– Методы производства мультимедийных продуктов, основные сведения о телекоммуникационных системах, применяемых для теле- и радиовещания– Инновационный опыт в сфере СМИ– Правила устной и письменной речи русского языка и иностранного языка (при необходимости)– Основы этики и психологии делового общения
Уметь:	<ul style="list-style-type: none">– Анализировать данные зрительского поведения и конкурентного окружения, следить за новыми тенденциями на рынке– Использовать данные социологических исследований по изучению спроса на продукты телерадиовещательных СМИ– Обосновывать и принимать стратегические решения– Выявлять потребность общества в информации по определенной проблематике– Сочетать в концепции программ социальный заказ с собственными творческими идеями– Моделировать структуру новых продуктов– Устраивать публичные выступления, в том числе пресс-конференции для средств массовой информации– Использовать особенности литературного, делового, научного стилей в ходе публичных выступлений– Готовить презентационные материалы, информационно-аналитические материалы, справки о деятельности организации– Создавать положительный имидж организации
Владеть:	<ul style="list-style-type: none">– Определение необходимости исследования спроса на продукты/проекты– Анализ результатов мониторинга рейтингов телерадиовещательных средств массовой информации



	<ul style="list-style-type: none">– Оценка эффективности и актуальности продукта/проекта– Формирование предложения о приобретении или создании нового продукта, отвечающего концепции телерадиовещательного СМИ, по оперативному изменению программы передач– Формирование востребованного круга тем и проблем для освещения в СМИ– Определение стратегических направлений новых продуктов телерадиовещательных СМИ– Определение модели и формата новых продуктов– Привлечение востребованных медиаперсон для авторских проектов– Контроль разработки и создания анонсов новых продуктов телерадиовещательных СМИ– Координация деятельности подразделений в ходе создания новых продуктов– Утверждение новых продуктов, проверка их на соответствие законодательству Российской Федерации и готовности к выходу в эфир– Установление деловых связей и организация сотрудничества с различными государственными, общественными, коммерческими и другими организациями с целью продвижения продуктов– Представление интересов организации в органах государственной власти и органах местного самоуправления
ПК-3	<ul style="list-style-type: none">- Способен осуществлять организацию работы подразделения СМИ, разрабатывать авторские проекты, планировать и координировать деятельность подразделений, устанавливать и развивать контакты с внешней средой с учетом норм этики делового взаимодействия
Знать:	<ul style="list-style-type: none">- Цели и задачи предлагаемого медиапроекта- Целевая аудитория, для которой этот проект предназначен, ее социальные и психологические характеристики- Опыт отечественных и зарубежных СМИ аналогичного формата и тематики- Принципы разработки концепции медиапроекта (в том числе моделирования и дизайна), методы ее анализа и коррекции- Структуру и задачи редакции



	<ul style="list-style-type: none">- Базовые принципы формирования организационной структуры современной редакции (редакционного комплекса)- Технологию редакционно-издательского процесса- Основы организации труда и управления- Нормативные акты в сфере редакционно-издательской деятельности- Роль аудитории в процессе потребления и производства массовой информации, основные характеристики аудитории современных российских СМИ, основные методы изучения аудитории- Правила и нормы современного русского литературного языка- Порядок заключения договоров, в том числе авторских, правила составления юридической документации- Профессиональную журналистскую этику,- Этику деловых отношений
Уметь:	<ul style="list-style-type: none">- Оценивать временные и финансовые затраты на реализацию авторской идеи, возможные риски- Оценивать авторские идеи с точки зрения соответствия формату, целевой аудитории и политике СМИ- Прогнозировать результаты действий и оценивать возможные риски- Координировать действия подразделения с работой организации в целом- Владеть методами эффективного управления персоналом- Применять в работе информацию, полученную от аудитории- Составлять договоры
Владеть:	<ul style="list-style-type: none">- Анализ проекта, предлагаемого автором; выявление слабых и сильных сторон, соответствия проекта информационной политике СМИ- Изучение отечественного и зарубежного опыта реализации аналогичных (сходных) медиапроектов- Детализация авторской концепции, разработка поправок и рекомендаций к ней- Проведение совещаний- Планирование деятельности подразделения согласно установленным графикам работы организации на определенный период- Координация действий работников



- | | |
|--|--|
| | <ul style="list-style-type: none">- Принятие оперативных решений при угрозе нарушения плана- Организация обратной связи с аудиторией (прием редакционной почты, ответы на письма, звонки, комментарии на сайте СМИ и страницах в социальных сетях)- Использование результатов обработки данных, полученных от аудитории, в целях развития проекта (СМИ)- Подготовка договоров с внештатными сотрудниками и авторами |
|--|--|



АННОТАЦИЯ К ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКЕ. Б 2.О.02. (Н) НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКАЯ РАБОТА

Цели:	Целью научно-исследовательской работы является подготовка системно и широко мыслящего интеллектуала, владеющего основами теории науки и творческой деятельности; имеющего практические навыки сбора, обработки и анализа данных, результатов научных экспериментов; способного к самостоятельной генерации идей; обладающего склонностями и способностями к научным сообщениям и прогнозам в сочетании с фундаментальной профессионализацией по избранной специальности.
Задачи:	<ul style="list-style-type: none">– ознакомление с заданиями на научно-исследовательскую работу, выдаваемыми изначально научным руководителем, как правило, в общей форме;– поиск и изучение информации из всевозможных источников (литература, периодика, конференции, Интернет и электронные материалы) о предметной области, о существующих методах, подходах и классификациях;– ведение библиографической работы с привлечением современных информационных технологий и зарубежных литературных источников;– определение объекта и предмета исследования;– обоснование актуальности выбранной темы;– всесторонний анализ собранной информации с целью дальнейшей работы с материалом;– овладение методами проведения исследования (анализа, сравнения, классификации, систематизации и обобщения и др.);– выбор необходимых методов исследования (модифицировать существующие, разрабатывать новые методы), исходя из задач конкретного исследования (по теме выпускной квалификационной работы или при выполнении заданий научного руководителя в рамках магистерской программы);– формирование навыков проведения НИР;– формулировать и разрешать задачи, возникающие в ходе выполнения НИР;– проведение статистической обработки экспериментальных данных, анализ результатов и предоставление их в виде завершённых научно-исследовательских разработок (отчета по



	НИР, тезисов докладов, научной статьи, курсовой работы, выпускной квалификационной работы); – оформление результатов проделанной работы в соответствии с требованиями; – установление тесных связей интересов студента с научно-образовательным направлением кафедры, укрепление его творческих контактов с преподавателем в бинарном процессе обучения
Компетенции обучающегося, формируемые в результате изучения дисциплины:	ОПК-2; ОПК-3; ОПК-4; ОПК-5; ПК-1; ПК-2; ПК-3
Вид практики	Производственная
Тип практики	Научно-исследовательская работа
Способ проведения практики	Стационарная
Форма проведения практики	Дискретно: по видам практик – путем выделения в календарном учебном графике непрерывного периода учебного времени для проведения каждого вида (совокупности видов) практики

**ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ
по практике, соотнесенных с планируемыми результатами освоения
образовательной программы**

Прохождение данной практики направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций:

ОПК-2	Способен анализировать основные тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах
Знать:	– основные тенденции развития общественных и государственных институтов, а также специфику современных коммуникационных процессов.
Уметь:	– выявлять причинно-следственные связи в проблемах взаимодействия общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах и (или) коммуникационных продуктах
Владеть:	– навыками соблюдения принципа беспристрастности и баланса интересов в создаваемых журналистских текстах и (или) продуктах при освещении деятельности общественных и государственных институтов



ОПК-3	Способен анализировать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов
Знать:	– этапы и тенденции развития отечественного и мирового культурного процесса
Уметь:	– анализировать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов и (или) коммуникационных продуктов
Владеть:	– навыками использования разноплановой эрудиции в сфере отечественной и мировой культуры в создаваемых журналистских текстах и (или) продуктах

ОПК-4	Способен анализировать потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты
Знать:	– потребности общества и интересы аудитории средств массовой информации
Уметь:	– интерпретировать данные социологических исследований о потребностях общества и интересах отдельных аудиторных групп
Владеть:	– навыками изучения и прогнозирования потенциальной реакции целевой аудитории на создаваемые журналистские тексты и (или) продукты

ОПК-5	Способен для принятия профессиональных решений анализировать актуальные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования
Знать:	– особенности политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие – разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях
Уметь:	– моделировать индивидуальные и коллективные профессиональные журналистские действия в зависимости от условий конкретной медиакоммуникационной системы
Владеть:	– навыками анализа актуальных тенденций развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования, для принятия профессиональных решений



ПК-1	<ul style="list-style-type: none"> – Способен осуществлять разработку основных направлений (концепций) вещания и эфирного планирования совместно с коллегами, готовить авторские комментарии, журналистские и/или медиатексты в рамках реализации редакционной политики, обрабатывать и редактировать входящую информацию, готовить предложения для осуществления творческих планов редакции
Знать:	<ul style="list-style-type: none"> – Законодательство Российской Федерации о средствах массовой информации – Источники необходимой информации для подготовки авторских материалов – Специфику информационной работы в СМИ
Уметь:	<ul style="list-style-type: none"> – Анализировать и структурировать информацию – Вести работу с учетом перспектив развития редакции /канала – Использовать позитивный зарубежный и отечественный опыт – Готовить собственные материалы, писать сценарии – Отбирать актуальные, потенциально востребованные тем, которые могут привлечь внимание телезрителей – Редактировать тексты – Готовить изложение важнейших документов, материалов печати и информационных агентств
Владеть:	<ul style="list-style-type: none"> – Подготовка авторских материалов: аналитических, обобщающих, обзорных по актуальной проблематике с широким привлечением документов, с выражением собственного мнения и мнения редакции/канала по рассматриваемому вопросу – Обработка/редактирование входящей информации – Проверка достоверности полученной информации – Редактирование материалов, обеспечение правильности приводимых цитат, имен, цифр и других фактических данных – Исследование темы программы и работа над сценарием – Предложение оригинальных тем для новых выпусков программ – Выработка и подача творческих идей
ПК-2	<ul style="list-style-type: none"> – Способен управлять созданием и выпуском в эфир продуктов телерадиовещательных СМИ, оценивать позиции канала на медиарынке, планировать будущие теле- и радиовещательные проекты и осуществлять их продвижение
Знать:	<ul style="list-style-type: none"> – Конъюнктуру рынка медиапродуктов – Особенности целевой аудитории, ее социальные и психологические характеристики



	<ul style="list-style-type: none">– Мировые тенденции развития сферы СМИ (содержательные и технологические)– Методы производства мультимедийных продуктов, основные сведения о телекоммуникационных системах, применяемых для теле- и радиовещания– Инновационный опыт в сфере СМИ– Правила устной и письменной речи русского языка и иностранного языка (при необходимости)– Основы этики и психологии делового общения
Уметь:	<ul style="list-style-type: none">– Анализировать данные зрительского поведения и конкурентного окружения, следить за новыми тенденциями на рынке– Использовать данные социологических исследований по изучению спроса на продукты телерадиовещательных СМИ– Обосновывать и принимать стратегические решения– Выявлять потребность общества в информации по определенной проблематике– Сочетать в концепции программ социальный заказ с собственными творческими идеями– Моделировать структуру новых продуктов– Устраивать публичные выступления, в том числе пресс-конференции для средств массовой информации– Использовать особенности литературного, делового, научного стилей в ходе публичных выступлений– Готовить презентационные материалы, информационно-аналитические материалы, справки о деятельности организации– Создавать положительный имидж организации
Владеть:	<ul style="list-style-type: none">– Определение необходимости исследования спроса на продукты/проекты– Анализ результатов мониторинга рейтингов телерадиовещательных средств массовой информации– Оценка эффективности и актуальности продукта/проекта– Формирование предложения о приобретении или создании нового продукта, отвечающего концепции телерадиовещательного СМИ, по оперативному изменению программы передач– Формирование востребованного круга тем и проблем для освещения в СМИ



	<ul style="list-style-type: none">– Определение стратегических направлений новых продуктов телерадиовещательных СМИ– Определение модели и формата новых продуктов– Привлечение востребованных медиаперсон для авторских проектов– Контроль разработки и создания анонсов новых продуктов телерадиовещательных СМИ– Координация деятельности подразделений в ходе создания новых продуктов– Утверждение новых продуктов, проверка их на соответствие законодательству Российской Федерации и готовности к выходу в эфир– Установление деловых связей и организация сотрудничества с различными государственными, общественными, коммерческими и другими организациями с целью продвижения продуктов– Представление интересов организации в органах государственной власти и органах местного самоуправления
ПК-3	<ul style="list-style-type: none">- Способен осуществлять организацию работы подразделения СМИ, разрабатывать авторские проекты, планировать и координировать деятельность подразделений, устанавливать и развивать контакты с внешней средой с учетом норм этики делового взаимодействия
Знать:	<ul style="list-style-type: none">- Цели и задачи предлагаемого медиапроекта- Целевая аудитория, для которой этот проект предназначен, ее социальные и психологические характеристики- Опыт отечественных и зарубежных СМИ аналогичного формата и тематики- Принципы разработки концепции медиапроекта (в том числе моделирования и дизайна), методы ее анализа и коррекции- Структуру и задачи редакции- Базовые принципы формирования организационной структуры современной редакции (редакционного комплекса)- Технологию редакционно-издательского процесса- Основы организации труда и управления- Нормативные акты в сфере редакционно-издательской деятельности



	<ul style="list-style-type: none">- Роль аудитории в процессе потребления и производства массовой информации, основные характеристики аудитории современных российских СМИ, основные методы изучения аудитории- Правила и нормы современного русского литературного языка- Порядок заключения договоров, в том числе авторских, правила составления юридической документации- Профессиональную журналистскую этику,- Этику деловых отношений
Уметь:	<ul style="list-style-type: none">- Оценивать временные и финансовые затраты на реализацию авторской идеи, возможные риски- Оценивать авторские идеи с точки зрения соответствия формату, целевой аудитории и политике СМИ- Прогнозировать результаты действий и оценивать возможные риски- Координировать действия подразделения с работой организации в целом- Владеть методами эффективного управления персоналом- Применять в работе информацию, полученную от аудитории- Составлять договоры
Владеть:	<ul style="list-style-type: none">- Анализ проекта, предлагаемого автором; выявление слабых и сильных сторон, соответствия проекта информационной политике СМИ- Изучение отечественного и зарубежного опыта реализации аналогичных (сходных) медиапроектов- Детализация авторской концепции, разработка поправок и рекомендаций к ней- Проведение совещаний- Планирование деятельности подразделения согласно установленным графикам работы организации на определенный период- Координация действий работников- Принятие оперативных решений при угрозе нарушения плана- Организация обратной связи с аудиторией (прием редакционной почты, ответы на письма, звонки, комментарии на сайте СМИ и страницах в социальных сетях)- Использование результатов обработки данных, полученных от аудитории, в целях развития проекта (СМИ)



	- Подготовка договоров с внештатными сотрудниками и авторами
--	--

**АННОТАЦИЯ К ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКЕ.
Б 2.О.03.(П) ПЕДАГОГИЧЕСКАЯ ПРАКТИКА**

Цели:	Выявление и раскрытие педагогического потенциала обучающегося, возможность реализации сформированных представлений в сфере вокальной педагогики, подготовка к самостоятельной профессиональной деятельности в образовательных организациях, формирование необходимых навыков и умений, обеспечивающих базис профессиональной педагогической работы.
Задачи:	<ul style="list-style-type: none"> – развитие познавательного интереса, интеллектуальных способностей и творческой активности путем приобщения к педагогической практике; – применение теоретических знаний и умений, полученных в результате освоения дисциплин профессионального цикла в реальном учебном процессе; – развитие самостоятельности в решении научно-методических вопросов; – изучение структуры и сущности образовательного процесса, овладение основными принципами организации преподавания; – развитие педагогического мышления, критической самооценки и наблюдательности; – совершенствование навыков оформления результатов самостоятельной работы; – формирование мотивации к педагогической и научно-методической деятельности
Компетенции обучающегося, формируемые в результате изучения дисциплины:	ОПК-3; ОПК-7; ПК-1; ПК-2; ПК-3
Вид практики	Производственная
Тип практики	Педагогическая практика
Способ проведения практики	Стационарная
Форма проведения практики	Дискретно: по видам практик – путем выделения в календарном учебном графике непрерывного периода учебного времени для проведения каждого вида (совокупности видов) практики

ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ



по практике, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Прохождение данной практики направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций:

ОПК-3	Способен анализировать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов
Знать:	– этапы и тенденции развития отечественного и мирового культурного процесса
Уметь:	– анализировать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов и (или) коммуникационных продуктов
Владеть:	– навыками использования разноплановой эрудиции в сфере отечественной и мировой культуры в создаваемых журналистских текстах и (или) продуктах
ОПК-7	Способен оценивать и прогнозировать возможные эффекты в медиа сфере, следуя принципам социальной ответственности
Знать:	– закономерности формирования эффектов и последствий профессиональной деятельности, концепции ее социальной ответственности
Уметь:	– оценивать корректность творческих приемов при сборе, обработке и распространении информации в соответствии с общепринятыми стандартами и правилами профессии журналиста
Владеть:	– навыками оценки и прогнозирования возможных эффектов в медиа сфере на основе принципов социальной ответственности
ПК-1	– Способен осуществлять разработку основных направлений (концепций) вещания и эфирного планирования совместно с коллегами, готовить авторские комментарии, журналистские и/или медиатексты в рамках реализации редакционной политики, обрабатывать и редактировать входящую информацию, готовить предложения для осуществления творческих планов редакции
Знать:	– Законодательство Российской Федерации о средствах массовой информации – Источники необходимой информации для подготовки авторских материалов – Специфику информационной работы в СМИ
Уметь:	– Анализировать и структурировать информацию – Вести работу с учетом перспектив развития редакции /канала – Использовать позитивный зарубежный и отечественный опыт – Готовить собственные материалы, писать сценарии



	<ul style="list-style-type: none"> – Отбирать актуальные, потенциально востребованные тем, которые могут привлечь внимание телезрителей – Редактировать тексты – Готовить изложение важнейших документов, материалов печати и информационных агентств
Владеть:	<ul style="list-style-type: none"> – Подготовка авторских материалов: аналитических, обобщающих, обзорных по актуальной проблематике с широким привлечением документов, с выражением собственного мнения и мнения редакции/канала по рассматриваемому вопросу – Обработка/редактирование входящей информации – Проверка достоверности полученной информации – Редактирование материалов, обеспечение правильности приводимых цитат, имен, цифр и других фактических данных – Исследование темы программы и работа над сценарием – Предложение оригинальных тем для новых выпусков программ – Выработка и подача творческих идей
ПК-2	<ul style="list-style-type: none"> – Способен управлять созданием и выпуском в эфир продуктов телерадиовещательных СМИ, оценивать позиции канала на медиарынке, планировать будущие теле- и радиовещательные проекты и осуществлять их продвижение
Знать:	<ul style="list-style-type: none"> – Конъюнктуру рынка медиапродуктов – Особенности целевой аудитории, ее социальные и психологические характеристики – Мировые тенденции развития сферы СМИ (содержательные и технологические) – Методы производства мультимедийных продуктов, основные сведения о телекоммуникационных системах, применяемых для теле- и радиовещания – Инновационный опыт в сфере СМИ – Правила устной и письменной речи русского языка и иностранного языка (при необходимости) – Основы этики и психологии делового общения
Уметь:	<ul style="list-style-type: none"> – Анализировать данные зрительского поведения и конкурентного окружения, следить за новыми тенденциями на рынке – Использовать данные социологических исследований по изучению спроса на продукты телерадиовещательных СМИ



	<ul style="list-style-type: none">– Обосновывать и принимать стратегические решения– Выявлять потребность общества в информации по определенной проблематике– Сочетать в концепции программ социальный заказ с собственными творческими идеями– Моделировать структуру новых продуктов– Устраивать публичные выступления, в том числе пресс-конференции для средств массовой информации– Использовать особенности литературного, делового, научного стилей в ходе публичных выступлений– Готовить презентационные материалы, информационно-аналитические материалы, справки о деятельности организации– Создавать положительный имидж организации
Владеть:	<ul style="list-style-type: none">– Определение необходимости исследования спроса на продукты/проекты– Анализ результатов мониторинга рейтингов телерадиовещательных средств массовой информации– Оценка эффективности и актуальности продукта/проекта– Формирование предложения о приобретении или создании нового продукта, отвечающего концепции телерадиовещательного СМИ, по оперативному изменению программы передач– Формирование востребованного круга тем и проблем для освещения в СМИ– Определение стратегических направлений новых продуктов телерадиовещательных СМИ– Определение модели и формата новых продуктов– Привлечение востребованных медиаперсон для авторских проектов– Контроль разработки и создания анонсов новых продуктов телерадиовещательных СМИ– Координация деятельности подразделений в ходе создания новых продуктов– Утверждение новых продуктов, проверка их на соответствие законодательству Российской Федерации и готовности к выходу в эфир– Установление деловых связей и организация сотрудничества с различными государственными, общественными,



	<p>коммерческими и другими организациями с целью продвижения продуктов</p> <ul style="list-style-type: none">– Представление интересов организации в органах государственной власти и органах местного самоуправления
ПК-3	<ul style="list-style-type: none">- Способен осуществлять организацию работы подразделения СМИ, разрабатывать авторские проекты, планировать и координировать деятельность подразделений, устанавливать и развивать контакты с внешней средой с учетом норм этики делового взаимодействия
Знать:	<ul style="list-style-type: none">- Цели и задачи предлагаемого медиапроекта- Целевая аудитория, для которой этот проект предназначен, ее социальные и психологические характеристики- Опыт отечественных и зарубежных СМИ аналогичного формата и тематики- Принципы разработки концепции медиапроекта (в том числе моделирования и дизайна), методы ее анализа и коррекции- Структуру и задачи редакции- Базовые принципы формирования организационной структуры современной редакции (редакционного комплекса)- Технологию редакционно-издательского процесса- Основы организации труда и управления- Нормативные акты в сфере редакционно-издательской деятельности- Роль аудитории в процессе потребления и производства массовой информации, основные характеристики аудитории современных российских СМИ, основные методы изучения аудитории- Правила и нормы современного русского литературного языка- Порядок заключения договоров, в том числе авторских, правила составления юридической документации- Профессиональную журналистскую этику,- Этику деловых отношений
Уметь:	<ul style="list-style-type: none">- Оценивать временные и финансовые затраты на реализацию авторской идеи, возможные риски- Оценивать авторские идеи с точки зрения соответствия формату, целевой аудитории и политике СМИ- Прогнозировать результаты действий и оценивать возможные риски



	<ul style="list-style-type: none">- Координировать действия подразделения с работой организации в целом- Владеть методами эффективного управления персоналом- Применять в работе информацию, полученную от аудитории- Составлять договоры
Владеть:	<ul style="list-style-type: none">- Анализ проекта, предлагаемого автором; выявление слабых и сильных сторон, соответствия проекта информационной политике СМИ- Изучение отечественного и зарубежного опыта реализации аналогичных (сходных) медиапроектов- Детализация авторской концепции, разработка поправок и рекомендаций к ней- Проведение совещаний- Планирование деятельности подразделения согласно установленным графикам работы организации на определенный период- Координация действий работников- Принятие оперативных решений при угрозе нарушения плана- Организация обратной связи с аудиторией (прием редакционной почты, ответы на письма, звонки, комментарии на сайте СМИ и страницах в социальных сетях)- Использование результатов обработки данных, полученных от аудитории, в целях развития проекта (СМИ)- Подготовка договоров с внештатными сотрудниками и авторами



АННОТАЦИЯ К ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКЕ.

Б2.О.04.(ПД) ПРЕДДИПЛОМНАЯ ПРАКТИКА

Цели:	Прохождение преддипломной практики способствует формированию нравственно-ценностной и профессионально-личностной ориентации обучающихся в современной мировоззренческой и духовной ситуации российского общества, овладению культурой самообразования, самовоспитания и творческого саморазвития. систематизация, закрепление и расширение полученных в процессе обучения теоретических знаний и практических навыков ведения самостоятельной научной работы для подготовки и защиты выпускной квалификационной работы (далее - ВКР)
Задачи:	<ul style="list-style-type: none">- приобретение обучающимися практических навыков работы в органах печатной и электронной прессы;- подготовку собственных публикаций;- обобщение опыта исследования журналистских материалов, их прикладной анализ;- дальнейшее совершенствование профессиональных умений, сформированных в период производственных практик (в т.ч. НИР);- освоение приемов и методов журналистской деятельности, в том числе – технологических;- совершенствование умений по созданию журналистского текста;- усвоение приемов, способов и методов получения и обработки информации- сбор, систематизация, обработка и исследование материалов для использования в магистерской диссертации;- формирование умений использовать современные технологии сбора информации, обработки и интерпретации полученных экспериментальных и эмпирических данных;- формирование готовности проектировать и реализовывать в творческой практике новое художественное содержание, структурированное по законам научного знания;- обеспечение готовности к профессиональному самосовершенствованию, развитию инновационного мышления и творческого потенциала, профессионального мастерства;- самостоятельное решение задач, возникающих в ходе творческой деятельности, требующих углубленных профессиональных знаний;- проведение библиографической работы с привлечением



	современных информационных технологий, необходимой для выполнения ВКР в соответствии с утвержденной темой и планом работ.
Компетенции обучающегося, формируемые в результате изучения дисциплины:	ОПК-1; ОПК-5; ОПК-7; ПК-1; ПК-2; ПК-3
Вид практики	Производственная
Тип практики	Преддипломная
Способ проведения практики	Стационарная
Форма проведения практики	Дискретно: по видам практик – путем выделения в календарном учебном графике непрерывного периода учебного времени для проведения каждого вида (совокупности видов) практики

**ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ
по практике, соотнесенных с планируемыми результатами освоения
образовательной программы**

Прохождение данной практики направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций:

ОПК-1	Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыт
Знать:	- мировой и отечественный опыт журналистики, типологию СМИ, функции и социальные задачи журналистики, систему жанров и форматов прессы, радиовещания и телевидения, специфику интернет-журналистики, алгоритм подготовки и создания журналистского материала, нормы современного русского языка и стилистику медиатекстов
Уметь:	– осуществлять поиск темы и выявлять актуальную проблематику, получать информацию в ходе профессионального общения с героями, свидетелями и экспертами, фиксировать полученные сведения, отбирать релевантную информацию из доступных документальных источников, проверять достоверность полученной информации, разграничивая факты и мнения
Владеть:	- навыками принятия и реализации творческих решений на основе имеющегося отечественного и мирового опыта журналистики, навыками соблюдения профессиональных этических норм на всех этапах работы, а также навыками



	подготовки к публикации журналистского текста и (или) продукта с учетом требований редакции СМИ или другого медиа
ОПК-5	Способен для принятия профессиональных решений анализировать актуальные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования
Знать:	<ul style="list-style-type: none"> – особенности политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие – разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях
Уметь:	– моделировать индивидуальные и коллективные профессиональные журналистские действия в зависимости от условий конкретной медиакоммуникационной системы
Владеть:	- навыками анализа актуальных тенденций развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования, для принятия профессиональных решений
ОПК-7	Способен оценивать и прогнозировать возможные эффекты в медиа сфере, следуя принципам социальной ответственности
Знать:	– закономерности формирования эффектов и последствий профессиональной деятельности, концепции ее социальной ответственности
Уметь:	– оценивать корректность творческих приемов при сборе, обработке и распространении информации в соответствии с общепринятыми стандартами и правилами профессии журналиста
ПК-1	– Способен осуществлять разработку основных направлений (концепций) вещания и эфирного планирования совместно с коллегами, готовить авторские комментарии, журналистские и/или медиатексты в рамках реализации редакционной политики, обрабатывать и редактировать входящую информацию, готовить предложения для осуществления творческих планов редакции
Знать:	<ul style="list-style-type: none"> – Законодательство Российской Федерации о средствах массовой информации – Источники необходимой информации для подготовки авторских материалов



	<ul style="list-style-type: none"> – Специфику информационной работы в СМИ
Уметь:	<ul style="list-style-type: none"> – Анализировать и структурировать информацию – Вести работу с учетом перспектив развития редакции /канала – Использовать позитивный зарубежный и отечественный опыт – Готовить собственные материалы, писать сценарии – Отбирать актуальные, потенциально востребованные тем, которые могут привлечь внимание телезрителей – Редактировать тексты – Готовить изложение важнейших документов, материалов печати и информационных агентств
Владеть:	<ul style="list-style-type: none"> – Подготовка авторских материалов: аналитических, обобщающих, обзорных по актуальной проблематике с широким привлечением документов, с выражением собственного мнения и мнения редакции/канала по рассматриваемому вопросу – Обработка/редактирование входящей информации – Проверка достоверности полученной информации – Редактирование материалов, обеспечение правильности приводимых цитат, имен, цифр и других фактических данных – Исследование темы программы и работа над сценарием – Предложение оригинальных тем для новых выпусков программ – Выработка и подача творческих идей
ПК-2	<ul style="list-style-type: none"> – Способен управлять созданием и выпуском в эфир продуктов телерадиовещательных СМИ, оценивать позиции канала на медиарынке, планировать будущие теле- и радиовещательные проекты и осуществлять их продвижение
Знать:	<ul style="list-style-type: none"> – Конъюнктуру рынка медиапродуктов – Особенности целевой аудитории, ее социальные и психологические характеристики – Мировые тенденции развития сферы СМИ (содержательные и технологические) – Методы производства мультимедийных продуктов, основные сведения о телекоммуникационных системах, применяемых для теле- и радиовещания – Инновационный опыт в сфере СМИ – Правила устной и письменной речи русского языка и иностранного языка (при необходимости) – Основы этики и психологии делового общения



Уметь:	<ul style="list-style-type: none">– Анализировать данные зрительского поведения и конкурентного окружения, следить за новыми тенденциями на рынке– Использовать данные социологических исследований по изучению спроса на продукты телерадиовещательных СМИ– Обосновывать и принимать стратегические решения– Выявлять потребность общества в информации по определенной проблематике– Сочетать в концепции программ социальный заказ с собственными творческими идеями– Моделировать структуру новых продуктов– Устраивать публичные выступления, в том числе пресс-конференции для средств массовой информации– Использовать особенности литературного, делового, научного стилей в ходе публичных выступлений– Готовить презентационные материалы, информационно-аналитические материалы, справки о деятельности организации– Создавать положительный имидж организации
Владеть:	<ul style="list-style-type: none">– Определение необходимости исследования спроса на продукты/проекты– Анализ результатов мониторинга рейтингов телерадиовещательных средств массовой информации– Оценка эффективности и актуальности продукта/проекта– Формирование предложения о приобретении или создании нового продукта, отвечающего концепции телерадиовещательного СМИ, по оперативному изменению программы передач– Формирование востребованного круга тем и проблем для освещения в СМИ– Определение стратегических направлений новых продуктов телерадиовещательных СМИ– Определение модели и формата новых продуктов– Привлечение востребованных медиаперсон для авторских проектов– Контроль разработки и создания анонсов новых продуктов телерадиовещательных СМИ– Координация деятельности подразделений в ходе создания новых продуктов



	<ul style="list-style-type: none">– Утверждение новых продуктов, проверка их на соответствие законодательству Российской Федерации и готовности к выходу в эфир– Установление деловых связей и организация сотрудничества с различными государственными, общественными, коммерческими и другими организациями с целью продвижения продуктов– Представление интересов организации в органах государственной власти и органах местного самоуправления
ПК-3	<ul style="list-style-type: none">- Способен осуществлять организацию работы подразделения СМИ, разрабатывать авторские проекты, планировать и координировать деятельность подразделений, устанавливать и развивать контакты с внешней средой с учетом норм этики делового взаимодействия
Знать:	<ul style="list-style-type: none">- Цели и задачи предлагаемого медиапроекта- Целевая аудитория, для которой этот проект предназначен, ее социальные и психологические характеристики- Опыт отечественных и зарубежных СМИ аналогичного формата и тематики- Принципы разработки концепции медиапроекта (в том числе моделирования и дизайна), методы ее анализа и коррекции- Структуру и задачи редакции- Базовые принципы формирования организационной структуры современной редакции (редакционного комплекса)- Технологию редакционно-издательского процесса- Основы организации труда и управления- Нормативные акты в сфере редакционно-издательской деятельности- Роль аудитории в процессе потребления и производства массовой информации, основные характеристики аудитории современных российских СМИ, основные методы изучения аудитории- Правила и нормы современного русского литературного языка- Порядок заключения договоров, в том числе авторских, правила составления юридической документации- Профессиональную журналистскую этику,- Этику деловых отношений



Уметь:	<ul style="list-style-type: none">- Оценивать временные и финансовые затраты на реализацию авторской идеи, возможные риски- Оценивать авторские идеи с точки зрения соответствия формату, целевой аудитории и политике СМИ- Прогнозировать результаты действий и оценивать возможные риски- Координировать действия подразделения с работой организации в целом- Владеть методами эффективного управления персоналом- Применять в работе информацию, полученную от аудитории- Составлять договоры
Владеть:	<ul style="list-style-type: none">- Анализ проекта, предлагаемого автором; выявление слабых и сильных сторон, соответствия проекта информационной политике СМИ- Изучение отечественного и зарубежного опыта реализации аналогичных (сходных) медиапроектов- Детализация авторской концепции, разработка поправок и рекомендаций к ней- Проведение совещаний- Планирование деятельности подразделения согласно установленным графикам работы организации на определенный период- Координация действий работников- Принятие оперативных решений при угрозе нарушения плана- Организация обратной связи с аудиторией (прием редакционной почты, ответы на письма, звонки, комментарии на сайте СМИ и страницах в социальных сетях)- Использование результатов обработки данных, полученных от аудитории, в целях развития проекта (СМИ)- Подготовка договоров с внештатными сотрудниками и авторами



Б3. ГОСУДАРСТВЕННАЯ ИТОГОВАЯ АТТЕСТАЦИЯ

Б3.Б.01.01 ПОДГОТОВКА К ПРОЦЕДУРЕ ЗАЩИТЫ И ПРОЦЕДУРА ЗАЩИТЫ ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЫ

Цели:	<ul style="list-style-type: none"> – определение соответствия результатов освоения обучающимися основной образовательной программы требованиям ФГОС ВО, на основании которых они должны уметь решать профессиональные задачи в соответствии с видами профессиональной деятельности. – определение соответствия подготовки обучающегося требованиям образовательных стандартов;
Задачи:	<ul style="list-style-type: none"> – оценить уровень практической и теоретической подготовки выпускника к выполнению профессиональных задач во всех областях профессиональной деятельности магистров по направлению подготовки 42.04.02 «Журналистика»; – определить готовность выпускника по направлению подготовки 42.04.02 «Журналистика» направленности (профиля) «Стратегия медиакommunikаций» к авторской, проектно-аналитической, научно-исследовательской и педагогической профессиональным видам деятельности; – выявить уровень подготовленности выпускников по направлению подготовки 42.04.02 «Журналистика» направленности (профиля) «Стратегия медиакommunikаций» к решению профессиональных задач в соответствии с профильной направленностью ОПОП ВО; – выявить уровень подготовки выпускников в соответствии с требованиями федерального государственного образовательного стандарта высшего образования к результатам освоения основных образовательных программ магистратуры через набор определенных общепрофессиональных и профессиональных компетенций, которые должен показать выпускник в процессе государственной итоговой аттестации.
Компетенции обучающегося, формируемые в результате подготовки к процедуре защиты и процедуре защиты выпускной квалификационной работы	ОПК-1; ОПК-2; ОПК-3; ОПК-4; ОПК-5; ОПК-6; ОПК-7; ПК-1; ПК-2; ПК-3

ПЕРЕЧЕНЬ ДЕМОНСТРИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ

На защите ВКР обучающийся должен продемонстрировать сформированность следующих компетенций:

ОПК-1	Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыт
Знать:	- мировой и отечественный опыт журналистики, типологию СМИ, функции и социальные задачи журналистики, систему жанров и



	форматов прессы, радиовещания и телевидения, специфику интернет-журналистики, алгоритм подготовки и создания журналистского материала, нормы современного русского языка и стилистику медиатекстов
Уметь:	– осуществлять поиск темы и выявлять актуальную проблематику, получать информацию в ходе профессионального общения с героями, свидетелями и экспертами, фиксировать полученные сведения, отбирать релевантную информацию из доступных документальных источников, проверять достоверность полученной информации, разграничивая факты и мнения
Владеть:	- навыками принятия и реализации творческих решений на основе имеющегося отечественного и мирового опыта журналистики, навыками соблюдения профессиональных этических норм на всех этапах работы, а также навыками подготовки к публикации журналистского текста и (или) продукта с учетом требований редакции СМИ или другого медиа

ОПК-2	Способен анализировать основные тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах
Знать:	– основные тенденции развития общественных и государственных институтов, а также специфику современных коммуникационных процессов.
Уметь:	– выявлять причинно-следственные связи в проблемах взаимодействия общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах и (или) коммуникационных продуктах
Владеть:	– навыками соблюдения принципа беспристрастности и баланса интересов в создаваемых журналистских текстах и (или) продуктах при освещении деятельности общественных и государственных институтов

ОПК-3	Способен анализировать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов
Знать:	– этапы и тенденции развития отечественного и мирового культурного процесса
Уметь:	– анализировать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов и (или) коммуникационных продуктов



Владеть:	– навыками использования разноплановой эрудиции в сфере отечественной и мировой культуры в создаваемых журналистских текстах и (или) продуктах
ОПК-4	Способен анализировать потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты
Знать:	– потребности общества и интересы аудитории средств массовой информации
Уметь:	– интерпретировать данные социологических исследований о потребностях общества и интересах отдельных аудиторных групп
Владеть:	– навыками изучения и прогнозирования потенциальной реакции целевой аудитории на создаваемые журналистские тексты и (или) продукты
ОПК-5	Способен для принятия профессиональных решений анализировать актуальные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования
Знать:	– особенности политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие – разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях
Уметь:	– моделировать индивидуальные и коллективные профессиональные журналистские действия в зависимости от условий конкретной медиакоммуникационной системы
Владеть:	– навыками анализа актуальных тенденций развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования, для принятия профессиональных решений
ОПК-6	Способен использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии
Знать:	– современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии



Уметь:	- отбирать для осуществления профессиональной деятельности необходимое техническое оборудование и программное обеспечение
Владеть:	- навыками эксплуатации современных стационарных и мобильных цифровых устройств на всех этапах создания журналистского текста и (или) продукта

ОПК-7	Способен оценивать и прогнозировать возможные эффекты в медиа сфере, следуя принципам социальной ответственности
Знать:	- закономерности формирования эффектов и последствий профессиональной деятельности, концепции ее социальной ответственности
Уметь:	- оценивать корректность творческих приемов при сборе, обработке и распространении информации в соответствии с общепринятыми стандартами и правилами профессии журналиста
Владеть:	- навыками оценки и прогнозирования возможных эффектов в медиа сфере на основе принципов социальной ответственности
ПК-1	- Способен осуществлять разработку основных направлений (концепций) вещания и эфирного планирования совместно с коллегами, готовить авторские комментарии, журналистские и/или медиатексты в рамках реализации редакционной политики, обрабатывать и редактировать входящую информацию, готовить предложения для осуществления творческих планов редакции
Знать:	- Законодательство Российской Федерации о средствах массовой информации - Источники необходимой информации для подготовки авторских материалов - Специфику информационной работы в СМИ
Уметь:	- Анализировать и структурировать информацию - Вести работу с учетом перспектив развития редакции /канала - Использовать позитивный зарубежный и отечественный опыт - Готовить собственные материалы, писать сценарии - Отбирать актуальные, потенциально востребованные тем, которые могут привлечь внимание телезрителей - Редактировать тексты - Готовить изложение важнейших документов, материалов печати и информационных агентств
Владеть:	- Подготовка авторских материалов: аналитических, обобщающих, обзорных по актуальной проблематике с широким привлечением



	<p>документов, с выражением собственного мнения и мнения редакции/канала по рассматриваемому вопросу</p> <ul style="list-style-type: none">– Обработка/редактирование входящей информации– Проверка достоверности полученной информации– Редактирование материалов, обеспечение правильности приводимых цитат, имен, цифр и других фактических данных– Исследование темы программы и работа над сценарием– Предложение оригинальных тем для новых выпусков программ– Выработка и подача творческих идей
ПК-2	<ul style="list-style-type: none">– Способен управлять созданием и выпуском в эфир продуктов телерадиовещательных СМИ, оценивать позиции канала на медиарынке, планировать будущие теле- и радиовещательные проекты и осуществлять их продвижение
Знать:	<ul style="list-style-type: none">– Конъюнктуру рынка медиапродуктов– Особенности целевой аудитории, ее социальные и психологические характеристики– Мировые тенденции развития сферы СМИ (содержательные и технологические)– Методы производства мультимедийных продуктов, основные сведения о телекоммуникационных системах, применяемых для теле- и радиовещания– Инновационный опыт в сфере СМИ– Правила устной и письменной речи русского языка и иностранного языка (при необходимости)– Основы этики и психологии делового общения
Уметь:	<ul style="list-style-type: none">– Анализировать данные зрительского поведения и конкурентного окружения, следить за новыми тенденциями на рынке– Использовать данные социологических исследований по изучению спроса на продукты телерадиовещательных СМИ– Обосновывать и принимать стратегические решения– Выявлять потребность общества в информации по определенной проблематике– Сочетать в концепции программ социальный заказ с собственными творческими идеями– Моделировать структуру новых продуктов



	<ul style="list-style-type: none">– Устраивать публичные выступления, в том числе пресс-конференции для средств массовой информации– Использовать особенности литературного, делового, научного стилей в ходе публичных выступлений– Готовить презентационные материалы, информационно-аналитические материалы, справки о деятельности организации– Создавать положительный имидж организации
Владеть:	<ul style="list-style-type: none">– Определение необходимости исследования спроса на продукты/проекты– Анализ результатов мониторинга рейтингов телерадиовещательных средств массовой информации– Оценка эффективности и актуальности продукта/проекта– Формирование предложения о приобретении или создании нового продукта, отвечающего концепции телерадиовещательного СМИ, по оперативному изменению программы передач– Формирование востребованного круга тем и проблем для освещения в СМИ– Определение стратегических направлений новых продуктов телерадиовещательных СМИ– Определение модели и формата новых продуктов– Привлечение востребованных медиаперсон для авторских проектов– Контроль разработки и создания анонсов новых продуктов телерадиовещательных СМИ– Координация деятельности подразделений в ходе создания новых продуктов– Утверждение новых продуктов, проверка их на соответствие законодательству Российской Федерации и готовности к выходу в эфир– Установление деловых связей и организация сотрудничества с различными государственными, общественными, коммерческими и другими организациями с целью продвижения продуктов– Представление интересов организации в органах государственной власти и органах местного самоуправления



ПК-3	<ul style="list-style-type: none">- Способен осуществлять организацию работы подразделения СМИ, разрабатывать авторские проекты, планировать и координировать деятельность подразделений, устанавливать и развивать контакты с внешней средой с учетом норм этики делового взаимодействия
Знать:	<ul style="list-style-type: none">- Цели и задачи предлагаемого медиапроекта- Целевая аудитория, для которой этот проект предназначен, ее социальные и психологические характеристики- Опыт отечественных и зарубежных СМИ аналогичного формата и тематики- Принципы разработки концепции медиапроекта (в том числе моделирования и дизайна), методы ее анализа и коррекции- Структуру и задачи редакции- Базовые принципы формирования организационной структуры современной редакции (редакционного комплекса)- Технологию редакционно-издательского процесса- Основы организации труда и управления- Нормативные акты в сфере редакционно-издательской деятельности- Роль аудитории в процессе потребления и производства массовой информации, основные характеристики аудитории современных российских СМИ, основные методы изучения аудитории- Правила и нормы современного русского литературного языка- Порядок заключения договоров, в том числе авторских, правила составления юридической документации- Профессиональную журналистскую этику,- Этику деловых отношений
Уметь:	<ul style="list-style-type: none">- Оценивать временные и финансовые затраты на реализацию авторской идеи, возможные риски- Оценивать авторские идеи с точки зрения соответствия формату, целевой аудитории и политике СМИ- Прогнозировать результаты действий и оценивать возможные риски- Координировать действия подразделения с работой организации в целом- Владеть методами эффективного управления персоналом- Применять в работе информацию, полученную от аудитории- Составлять договоры



Владеть:	<ul style="list-style-type: none">- Анализ проекта, предлагаемого автором; выявление слабых и сильных сторон, соответствия проекта информационной политике СМИ- Изучение отечественного и зарубежного опыта реализации аналогичных (сходных) медиапроектов- Детализация авторской концепции, разработка поправок и рекомендаций к ней- Проведение совещаний- Планирование деятельности подразделения согласно установленным графикам работы организации на определенный период- Координация действий работников- Принятие оперативных решений при угрозе нарушения плана- Организация обратной связи с аудиторией (прием редакционной почты, ответы на письма, звонки, комментарии на сайте СМИ и страницах в социальных сетях)- Использование результатов обработки данных, полученных от аудитории, в целях развития проекта (СМИ)- Подготовка договоров с внештатными сотрудниками и авторами
-----------------	---