



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Магнитогорский государственный технический университет им. Г.И. Носова»



УТВЕРЖДАЮ
Директор ИГО
И.Н. Саникова
20.02.2024 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРАКТИКИ/ПИР

ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ - ПРЕДДИПЛОМНАЯ ПРАКТИКА

Направление подготовки (специальность)
42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль/специализация) программы
Коммуникации в цифровой среде

Уровень высшего образования - бакалавриат

Форма обучения
заочная

Институт/ факультет	Институт гуманитарного образования
Кафедра	Русского языка, общего языкознания и массовой коммуникации
Курс	5

Магнитогорск
2024 год

Программа практики/НИР составлена на основе ФГОС ВО - бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (приказ Минобрнауки России от 08.06.2017 г. № 512)

Программа практики/НИР рассмотрена и одобрена на заседании кафедры Русского языка, общего языкознания и массовой коммуникации

30.01.2024 протокол №6

Зав. кафедрой



Л.И. Чурилина

Программа практики/НИР одобрена методической комиссией ИГО

20.02.2024 г. Протокол № 7

Председатель



Л.И. Санникова

Программа составлена:

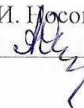
доцент кафедры РЯОиМК, канд. пед. наук



О.В.Дорфман

Рецензент:

старший научный сотрудник Научно-исследовательской Словарной лаборатории
НИИ ИАФ ФГБОУ ВО "МГТУ им. Г.И. Носова", канд. филол. наук



А.А.Осипова

Лист актуализации программы

Программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для реализации в 2025 - 2026 учебном году на заседании кафедры Русского языка, общего языкознания и массовой

Протокол от ____ 20__ г. № ____
Зав. кафедрой _____ Л.Н. Чурилина

Программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для реализации в 2026 - 2027 учебном году на заседании кафедры Русского языка, общего языкознания и массовой

Протокол от ____ 20__ г. № ____
Зав. кафедрой _____ Л.Н. Чурилина

Программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для реализации в 2027 - 2028 учебном году на заседании кафедры Русского языка, общего языкознания и массовой

Протокол от ____ 20__ г. № ____
Зав. кафедрой _____ Л.Н. Чурилина

Программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для реализации в 2028 - 2029 учебном году на заседании кафедры Русского языка, общего языкознания и массовой

Протокол от ____ 20__ г. № ____
Зав. кафедрой _____ Л.Н. Чурилина

Программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для реализации в 2029 - 2030 учебном году на заседании кафедры Русского языка, общего языкознания и массовой

Протокол от ____ 20__ г. № ____
Зав. кафедрой _____ Л.Н. Чурилина

1 Цели практики

Целями прохождения преддипломной практики являются:

- освоить методологию научного исследования в сфере массовой коммуникации;
- принять участие в текущем планировании научно-исследовательской деятельности, спланировать собственную исследовательскую или творческую выпускную квалификационную работу по массовой коммуникации;
- участвовать в анализе деятельности СМК и анализировать результаты собственной работы;
- закрепить и повысить уровень профессионального мастерства;
- подготовить выпускную работу бакалавра.

2 Задачи практики

Задачами преддипломной практики являются:

- систематизировать знания, полученные на занятиях по массовой коммуникации;
- выбрать и сформулировать актуальную тему научного материала, сформировать научную концепцию или творческий замысел (или сделать сценарную разработку), определить дальнейший ход научной работы;
- сформировать категориальный аппарат исследования или творческого проекта;
- оформить теоретическую базу ВКР;
- сформировать текстотеку/аудио/видеотеку для исследовательского научного труда и/или творческого авторского проекта;
- подготовить информационные, аналитические, рекламные материалы в соответствии с избранной тематикой научного исследования по массовой коммуникации;
- собрать необходимую информацию по научному исследованию (работать с источниками информации, применять разные методы), осуществить проверку и анализ информации, необходимой для разработки научного исследования.

3 Место практики в структуре образовательной программы

Для прохождения практики/НИР необходимы знания (умения, владения), сформированные в результате изучения дисциплин/ практик:

Текст и дискурс

Теория аргументации

Производственная - профессионально-творческая практика

Новейшие медиа в системе СМИ

Основы медиапланирования

Проектная деятельность

Разработка коммуникационного продукта

Продвижение научной продукции

Система СМИ

Учебная - практика по получению первичных профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности

Деловая коммуникация на русском языке

Информационные технологии в СМИ

Система жанров массовой коммуникации

Социология массовых коммуникаций

Нормативность устной и письменной речи

Основы рекламы и PR

Основы теории коммуникации

Теория и практика массовой информации

Знания (умения, владения), полученные в процессе прохождения практики/НИР будут необходимы для изучения дисциплин/практик:

Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы

Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена

4 Место проведения практики

Преддипломная практика проводится на базе ФГБОУ ВО «МГТУ им. Г.И. Носова» как на кафедре русского языка, общего языкознания и массовой коммуникации, так и в подразделениях университета. При необходимости, с учетом специфики тематики ВКР, практика может быть пройдена на базе редакции СМИ г.Магнитогорска или региона или рекламного агентства, с которыми у МГТУ заключен договор о проведении практик.

Способ проведения практики/НИР: стационарная

Практика/НИР осуществляется дискретно

5 Компетенции обучающегося, формируемые в результате прохождения практики и планируемые результаты обучения

В результате прохождения практики/НИР обучающийся должен обладать следующими компетенциями:

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции
ПК-1	Способность осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта
ПК-1.1	Осуществляет поиск и отбор информации из доступных источников
ПК-1.2	Проверяет достоверность полученной информации, разграничивает факты и мнения
ПК-1.3	Соблюдает профессиональные и этические нормы на всех этапах работы
ПК-1.4	Готовит к публикации медиатекст и (или) продукт с учётом требований редакции СМИ или другого медиа
ПК-2	Способность осуществлять редакторскую деятельность в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, жанрами, стилями, технологическими требованиями разных типов СМИ и других медиа
ПК-2.1	Приводит медиатекст и (или) продукт в соответствие с языковыми нормами
ПК-2.2	Контролирует соблюдение редакционных стандартов, форматов, жанров, стилей в медиатексте и (или) продукте
ПК-2.3	Учитывает технологические требования разных типов СМИ и других медиа при редактировании медиатекста и (или) продукта
ПК-3	Способность осуществлять проектную деятельность в сфере рекламы и связей с общественностью в соответствии с поставленными проблемами, целями и задачами
ПК-3.1	Предлагает творческие решения в рамках реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и PR
ПК-3.2	Решает поставленные задачи при работе над индивидуальным и (или) коллективным проектом в сфере рекламы и PR
ПК-3.3	Реализует проект в рамках своих полномочий и несёт ответственность за результат
ПК-4	Способность участвовать в разработке концепции продвижения продукции СМИ, в формировании коммуникационных целей и маркетинговых стратегий
ПК-4.1	Решает поставленные задачи в области поиска информации, характеризующей ситуацию на рынке продукции СМИ

ПК-4.2	Использует современные информационно-коммуникационные технологии, в том числе и интернет-технологии, для продвижения продукции СМИ
--------	--

6. Структура и содержание практики

Общая трудоемкость практики/НИР составляет 3 зачетных единиц 108 акад. часов, в том числе:

- контактная работа – 0,2 акад. часов;
- самостоятельная работа – 103,9 акад. часов;
- в форме практической подготовки – 108 акад. часов.

№ п/п	Разделы (этапы) и содержание практики	Курс	Виды работ на практике, включая самостоятельную работу	Код компетенции
1.	Подготовительный этап	5	Разработка методологии бакалаврской работы, изучение степени разработанности проблемы	ПК-3.2, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.4
2.	Исследовательский этап	5	Изучение степени разработанности проблемы. Отбор материала по проблеме исследования	ПК-1.2, ПК-1.3, ПК-1.4
3.	Экспериментальный этап	5	Проведение эксперимента (или создание проекта, выборка практического материала и др.)	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3, ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3, ПК-1.4
4.	Отчетный этап	5	Подготовка отчетных материалы по бакалаврской работе	ПК-3.3, ПК-2.1, ПК-1.4, ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-2.2, ПК-2.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3

7 Оценочные средства для проведения промежуточной аттестации по практике/НИР

Представлены в приложении 1.

8 Учебно-методическое и информационное обеспечение практики/НИР

а) Основная литература:

1. Горелов, Н. А. Методология научных исследований : учебник и практикум для вузов / Н. А. Горелов, Д. В. Круглов, О. Н. Кораблева. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 365 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-03635-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/489442>.

2. Мокий, М. С. Методология научных исследований : учебник для вузов / М. С. Мокий, А. Л. Никифоров, В. С. Мокий ; под редакцией М. С. Мокия. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 254 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13313-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/510937>.

б) Дополнительная литература:

1. Поляков, В. А. Разработка и технологии производства рекламного продукта : учебник и практикум для вузов / В. А. Поляков, А. А. Романов. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 502 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534- 05261-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/510974>.

2. Чернов, А. В. Профессиональные творческие студии : учебное пособие для вузов / А. В. Чернов, М. В. Дворянова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 118 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534- 12548-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/518270>.

в) Методические указания:

Представлены в Приложении.

г) Программное обеспечение и Интернет-ресурсы:

Программное обеспечение

Наименование ПО	№ договора	Срок действия лицензии
MS Office 2007	№ 135 от 17.09.2007	бессрочно
7Zip	свободно распространяемое ПО	бессрочно
Adobe Reader	свободно распространяемое ПО	бессрочно
Браузер Mozilla	свободно распространяемое ПО	бессрочно
Браузер Yandex	свободно распространяемое ПО	бессрочно
FAR Manager	свободно распространяемое ПО	бессрочно

Профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Название курса	Ссылка
Электронные ресурсы библиотеки МГТУ им. Г.И.	https://host.megaprolib.net/M
Российская Государственная библиотека. Каталоги	https://www.rsl.ru/ru/4readers
Поисковая система Академия Google (Google Scholar)	URL: https://scholar.google.ru/
Национальная информационно-аналитическая система	URL:

9 Материально-техническое обеспечение практики/НИР

Учебные аудитории для проведения практических занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации: доска, мультимедийный проектор, экран.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся: персональные компьютеры с пакетом MS Office, выходом в Интернет и с доступом в электронную информационно-образовательную среду университета.

Помещение для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования: стеллажи для хранения учебно-наглядных пособий и учебно-методической документации.

Оценочные средства для проведения промежуточной аттестации по производственной-преддипломной практике

а) Планируемые результаты обучения и оценочные средства для проведения промежуточной аттестации:

Промежуточная аттестация проводится в форме зачета с оценкой, который проводится в форме защиты отчетной документации на итоговой конференции.

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
ПК-1 Способность осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта		
ПК-1.1	Осуществляет поиск и отбор информации из доступных источников	Индивидуальные задания по прохождению практики: Собрать текстотексту исследования, проанализировать контент массовой коммуникации и выбрать наиболее репрезентативный для темы ВКР исследовательский материал
ПК-1.2	Проверяет достоверность полученной информации, разграничивает факты и мнения	Индивидуальные задания по прохождению практики: При анализе контента СМИ корректно оценивать результат деятельности сотрудников СМИ с учетом форматов и технологических требований медиасистем
ПК-1.3	Соблюдает профессиональные и этические нормы на всех этапах работы	Индивидуальные задания по прохождению практики: При создании авторского продукта в ВКР творческого типа учитывать требования предполагаемого СМИ
ПК-1.4	Готовит к публикации медиатекст и (или) продукт с учётом требований редакции СМИ или другого медиа	Индивидуальные задания по прохождению практики: При создании собственного авторского проекта соблюдать профессиональные и этические нормы
ПК-2 Способность осуществлять редакторскую деятельность в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, жанрами, стилями, технологическими требованиями разных типов СМИ и других медиа		
ПК – 2.1	Приводит медиатекст и (или) продукт в соответствие с языковыми нормами	Индивидуальные задания по прохождению практики: Обеспечить высокий уровень речевой культуры

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		подготовленным в ходе практики материалам
ПК-2.2	Контролирует соблюдение редакционных стандартов, форматов, жанров, стилей в медиатексте и (или) продукте	Индивидуальные задания по прохождению практики: При создании авторского журналистского продукта для ВКР творческого типа учитывать редакционные стандарты, форматы и жанры предполагаемого типа СМИ.
ПК-2.3	Учитывает технологические требования разных типов СМИ и других медиа при редактировании медиатекста и (или) продукта	Индивидуальные задания по прохождению практики: При создании авторского журналистского продукта для ВКР творческого типа учитывать редакционные требования предполагаемого типа СМИ.
ПК-3 Способность осуществлять проектную деятельность в сфере рекламы и связей с общественностью в соответствии с поставленными проблемами, целями и задачами		
ПК-3.1	Предлагает творческие решения в рамках реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и PR	Индивидуальные задания по прохождению практики: В ВКР творческого типа разработать авторский оригинальный проект с обоснованием его актуальности и уникальности
ПК-3.2	Решает поставленные задачи при работе над индивидуальным и (или) коллективным проектом в сфере рекламы и PR	Индивидуальные задания по прохождению практики: охарактеризовать организационную модель в концепции авторского СМИ, указать роли и функционал включенных в модель сотрудников
ПК-3.3	Реализует проект в рамках своих полномочий и несёт ответственность за результат	Индивидуальные задания по прохождению практики: обеспечить апробацию авторского проекта, представленного в практической части ВКР творческого типа
ПК-4 Способность участвовать в разработке концепции продвижения продукции СМИ, в формировании коммуникационных целей и маркетинговых стратегий		
ПК-4.1	Решает поставленные задачи в области поиска информации, характеризующей ситуацию на рынке продукции СМИ	Индивидуальные задания по прохождению практики: Собрать текстовую базу по теме исследования, проанализировать современный рынок продукции

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		СМИ, выполнить бенчмаркинг.
ПК-4.2	Использует современные информационно-коммуникационные технологии, в том числе и интернет-технологии, для продвижения продукции СМИ	Индивидуальные задания по прохождению практики: продумать, на каких площадках следует разместить информацию об авторском проекте, представленном в практической части ВКР творческого типа

Основные направления работы

- 1) Составление плана самостоятельной работы над исследованием.
- 2) Разработка структуры исследования.
- 3) Работа с литературой.
- 4) Сбор и обработка эмпирического материала.
- 5) Регулярный отчет о ходе работы перед научным руководителем.

В соответствии с Государственным образовательным стандартом выпускная квалификационная работа может быть двух видов:

1) исследовательская: в работе анализируются актуальные проблемы истории, теории и практики в сфере коммуникаций. В исследовательской работе выпускник должен продемонстрировать умение выделить актуальную проблему, определить объект и предмет исследования, сформулировать его цели и задачи, проявить способность исследовать проблему, анализировать имеющийся эмпирический материал и научную литературу, делать обоснованные выводы, используя базовые теоретические и практические знания, полученные в процессе общепрофессиональной и специально-профессиональной подготовки.

2) творческая: представляет собой комплекс (серию) рекламных материалов, подготовленных выпускником за последний год обучения, и их теоретико-практическое осмысление. В творческой работе выпускник должен продемонстрировать уверенные профессиональные навыки подготовки рекламных материалов в разных формах для печати, телевидения, радио, интернета, а также достаточный уровень профессиональной рефлексии – умение оценить и анализировать свои разработки, используя в качестве исходной базы полученные общепрофессиональные и специально-профессиональные знания.

Общие требования к выпускной квалификационной работе:

- актуальность выбранной темы;
- профессиональная тематическая направленность;
- новизна;
- самостоятельность;
- логическая последовательность изложения материала;
- глубина и полнота освещения вопросов;
- убедительность и обоснованность положений и выводов;
- краткость и точность формулировок,
- терминологическая чистота;
- целостность и четкость структуры;
- грамотное речевое и техническое оформление.

Вид аттестации по итогам практики – зачет с оценкой, который проводится в форме защиты отчета.

По итогам промежуточной аттестации выставляются оценки «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

- оценка *«неудовлетворительно»* – работа имеет много замечаний, доложена неубедительно, непоследовательно, нелогично, ответы на поставленные вопросы практически отсутствуют;

- оценка *«удовлетворительно»* – к работе имеются замечания по содержанию, по глубине проведенного исследования, работа оформлена неаккуратно, работа доложена неубедительно, не на все предложенные вопросы даны удовлетворительные ответы;

- оценка *«хорошо»* – в работе содержание изложено на высоком теоретическом уровне, правильно сформулированы выводы. Предложения представляют интерес, но не достаточно убедительно аргументированы, на все вопросы студент дал правильные ответы;

- оценка *«отлично»* – в работе полностью раскрыто теоретическое содержание темы, дан анализ действующей практике, содержится творческий подход к решению проблем, сделаны обоснованные предложения, на все вопросы студент дал аргументированные ответы, проявив творческие способности, как в понимании вопросов, так и в изложении ответов;

б) Порядок проведения промежуточной аттестации, показатели и критерии оценивания:

Работа студентов на практике контролируется научным руководителем – руководителем практики в соответствии с утвержденным заданием и согласно утвержденному графику. Студент выстраивает свои действия в ориентации на подготовку отчета по практике.

Содержание отчета должно включать следующие разделы:

1. Методологию бакалаврской работы (актуальность, объект и предмет, цель, задачи и методы исследования).

2. Теоретическую часть по проблеме исследования (история основного вопроса, степень разработанности проблемы, классификация (-и) объекта исследования, специфика изучаемого предмета).

3. Практическую часть по проблеме исследования (анализ рекламных материалов, модель авторского проекта, результаты апробации).

ПРИМЕР

**ОБРАЗЕЦ ТИТУЛЬНОГО ЛИСТА ОТЧЕТА ПО
ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ-ПРЕДДИПЛОМНОЙ ПРАКТИКЕ**

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Магнитогорский государственный технический университет им. Г. И. Носова»
(ФГБОУ ВО «МГТУ им. Г.И. Носова»)

Кафедра русского языка, общего языкознания и массовой коммуникации

Отчет по производственной – преддипломной практике

Исполнитель: Иванова Анна Ивановна, студент 4 курса, группы ДИРСб-24

Руководитель практики: Петрова Светлана Петровна, доцент кафедры русского языка, общего языкознания и массовой коммуникации, кандидат филологических наук

Руководитель практики от предприятия: Чурилина Любовь Николаевна, зав.кафедрой русского языка, общего языкознания и массовой коммуникации, доктор филологических наук

Работа защищена «» мая 20__г. с оценкой _____(оценка)
_____(подпись)

Магнитогорск, 20__

ОБРАЗЕЦ ПЛАНА-ГРАФИКА ПРОХОЖДЕНИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ-ПРЕДДИПЛОМНОЙ ПРАКТИКИ

ПЛАН-ГРАФИК

42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» (Коммуникации в цифровой среде)
код направление подготовки / специальность

производственной - преддипломной практики в период с _____ по _____ г.
Петрова Петра Петровича, студента группы ДИСРб-24

Руководитель(и) практики от МГТУ им. Г.И. Носова: доцент кафедры русского языка, общего языкознания и массовой коммуникации Иванов Иван Иванович

№	Наименование работ	Срок исполнения
1	Подготовительный этап – изучить требования к выполнению выпускной квалификационной работы; разработать методологию бакалаврской работы: прописать план работы над исследованием; определить объект, предмет, цель, задачи, методы бакалаврской работы	
2	Исследовательский этап – изучение степени разработанности проблемы: отобрать научную, учебно-методическую литературу по рассматриваемой проблеме; продемонстрировать степень изученности проблемы; наметить пути решения проблемы; осуществить прогнозирование по проблеме исследования; определить приоритетные направления в исследовании вопроса бакалаврской работы	
3	Исследовательский этап – отбор материала по проблеме исследования: из многообразия научной литературы по рассматриваемой проблеме отобрать наиболее значимую в плане анализа, сопоставления, обобщения по вопросам научного проекта	
4	Экспериментальный этап – проведение эксперимента (или создание проекта, выборка практического материала и др.): создать проект – рекламный продукт, апробировать результаты исследования (на конференциях, симпозиумах и др., на теле-, радиоканалах, в печатных изданиях)	
5	Отчетный этап - подготовка отчетных материалов по бакалаврской работе: прописать результаты исследования, подготовить текст к публичной защите научного проекта	

Примечание: 1. Продолжительность рабочего дня практиканта (ст.43,42 КЗоТ РФ):
– в возрасте от 16 до 18 лет не более 35 час.внед.; в возрасте от 18 и старше – не более 40 час.внед.

Согласовано:

Заведующий кафедрой

_____/Л.Н. Чурилина/
(подпись)(расшифровка)

(должность представителя Предприятия)

_____/_____
(подпись) (расшифровка)

**ОБРАЗЕЦ ОТЗЫВА РУКОВОДИТЕЛЯ
ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ-ПРЕДДИПЛОМНОЙ ПРАКТИКИ**

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
ФГБОУ ВО «Магнитогорский государственный технический
университет имени Г.И. Носова»
Институт гуманитарного образования

ОТЗЫВ

О прохождении производственной – преддипломной практики по направлению
42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»
студента (ки) группы ДИСРб-24
Ивановой Анны Ивановны
(Ф.И.О. полностью)

Тема выпускной квалификационной работы:
«SMM-технологии как способ реализации информационной политики учреждения (на
примере МГТУ им. Г.И. Носова)»

База практики:

1. Степень и качество выполнения студентом предложенного задания (качественная и
количественная характеристика)

2. Степень готовности дипломного сочинения, указать, что необходимо доработать (если
доработка необходима)

Руководитель практики
Дата Подпись

ПРИМЕР

ОБРАЗЕЦ ИНДИВИДУАЛЬНОГО ЗАДАНИЯ НА ПРОИЗВОДСТВЕННУЮ-ПРЕДДИПЛОМНУЮ ПРАКТИКУ

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
**«Магнитогорский государственный технический университет
им. Г.И. Носова»**
(ФГБОУ ВО «МГТУ им. Г.И. Носова»)

Кафедра русского языка, общего языкознания и массовой коммуникации

ЗАДАНИЕ НА ПРОИЗВОДСТВЕННУЮ – ПРЕДДИПЛОМНУЮ ПРАКТИКУ

обучающемуся Ивановой Анне Ивановне, студентке группы ДИСР6-24

1. Период практики: с _____ г. по _____ г.

2. Место прохождения практики

ФГБОУ ВО «Магнитогорский государственный технический университет им. Г.И. Носова»,
управление информационной политики

Задание на практику

Произвести сбор материалов по предварительной теме задания «SMM-технологии как способ реализации информационной политики учреждения (на примере МГТУ им. Г.И. Носова)» для подготовки ВКР, представить грамотный теоретический анализ той сферы общественной практики или направления редакционной деятельности, с которой связана тема выпускной работы

Перечень вопросов, подлежащих изучению при прохождении производственной практики:

Методология бакалаврской работы (охарактеризовать актуальность, объект и предмет, цель, задачи и методы исследования).

Теоретическая часть по проблеме исследования (представить историю основного вопроса, степень разработанности проблемы, классификацию (-и) объекта исследования, специфику изучаемого предмета).

Практическая часть по проблеме исследования (выполнить анализ теле-, аудио- и/или радио журналистского материала, результаты проведенного эксперимента).

Руководитель практики
от МГТУ им. Г.И. Носова

(подпись)

/_____
(расшифровка)

Дата выдачи

ОБРАЗЕЦ СОДЕРЖАНИЯ ОТЧЕТА ПО ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ-ПРЕДДИПЛОМНОЙ ПРАКТИКЕ

СОДЕРЖАНИЕ

1 Методология бакалаврской работы на тему «SMM-технологии как способ реализации информационной политики учреждения (на примере МГТУ им. Г.И. Носова)».....	3
2 Теоретическая часть по проблеме исследования.....	5
3 Практическая часть по проблеме исследования.....	7

1 Методология бакалаврской работы на тему «SMM-технологии как способ реализации информационной политики учреждения (на примере МГТУ им. Г.И. Носова)»

Представляемая в отчете работа посвящена новому веянию в области массовых коммуникаций – SMM, в переводе с английского «Social mediamarketing» означает продвижение ресурса, бренда в социальных сетях и блогосфере. Основная задача SMM — заинтересовать пользователей и привлечь их на необходимый портал.

Эту тему мы раскрыли на примере созданной нами официальной группы Магнитогорского государственного технического университета им. Г.И. Носова в социальной сети «ВКонтакте», а также в Instagram, Facebook. Таким образом, основные положения работы были апробированы в процессе работы с группой МГТУ им. Г.И. Носова.

Цель исследования состоит в определении методов SMM – продвижения, и их использовании в официальном сообществе МГТУ им. Г.И. Носова, согласно общей стратегии развития университета.

Объектом исследования является официальное сообщество Магнитогорского государственного технического университета им. Г.И. Носова в социальной сети «ВКонтакте»;

Предмет исследования – SMM - технологии.

Актуальность темы исследования обусловлена тем, что, во-первых, в настоящее время SMM – продвижение очень востребовано не только в маркетинге, но и в медиасфере в целом. Специалисты со знанием SMM – технологий сегодня пользуются большим спросом и играют немаловажную роль в продвижении имиджа компаний, товаров и услуг. Во-вторых, известно, что более 50% пользователей Интернета имеют аккаунты в различных соцсетях, поэтому SMM воздействует на широкую аудиторию, на всех пользователей. И в-третьих, SMM – технологии остаются еще недостаточно изученным явлением, это новое веяние, которое только начинает формировать свои законы, правила и принципы. О значении SMM написано немного статей и книг, что говорит о недостатке информации.

Для достижения поставленной цели в ВКР решаются следующие **исследовательские задачи:**

1. исследование специфики SMM как новейшей формы массовой коммуникации;
2. изучение документов об информационной политике Магнитогорского государственного технического университета им. Г.И. Носова;

3. определение вектор информационной политики МГТУ им. Г.И. Носова;
4. создание официальных аккаунтов Магнитогорского государственного технического университета им. Г.И. Носова в социальных сетях;
5. администрирование аккаунтов согласно выявленной информационной политике университета;
6. анализ результатов работы.

Методы исследования. В работе применяются такие общенаучные методы исследования как описание, сравнение, анализ, индукция, дедукция.

2 Теоретическая часть по проблеме исследования

SMM – отрасль совсем молодая. Зародилась она несколько лет назад как отклик на увеличивающуюся популярность социальных ресурсов и появление доступа к Интернету у широкого числа пользователей. В переводе с англ. SMM («Social Media Marketing») - маркетинг в социальных сетях, то есть процесс привлечения трафика или внимания к бренду или продукту через социальные платформы. Это комплекс мероприятий по использованию социальных медиа в качестве каналов для продвижения компаний и решения других бизнес-задач.

Социальные ресурсы начали активно создаваться и развиваться во второй половине 2000-х годов. SMM же стоит рассматривать как отдельную отрасль с 2008-2009 годов. Тогда идея SMM должна была прийтись по душе многим предпринимателям. Она позволяла максимально прицельно влиять на основную клиентскую аудиторию. Для заказчика SMM-услуг это должно было означать эффективное продвижение бренда или продукта и мгновенное решение любых насущных бизнес-вопросов. Но в 2009 эта блестящая идея никак не могла прижиться на российской почве. Продавцы SMM допускали ряд ошибок, которые в дальнейшем стали серьезно тормозить развитие этого рынка услуг. Отсутствовала прозрачность контекстной рекламы; совершенно упускался из виду широкий охват медиа-баннеров. А email-рассылки превращались лишь в поток ненужного спама. Чем российские SMM-новаторы могли привлечь клиента? Лишь тем, что это модно, это тренд. Но этого недостаточно.

В 2010 году SMM достигает определенного признания на просторах отечественного интернет-пространства. Крупные компании уже готовы выделять часть рекламного бюджета на раскрутку себя в социальных сетях. Таргетированная реклама в «ВКонтакте» ставит эту сеть на первое место по значимости в рунете. Наиболее дальновидные специалисты SMM пробуют разрабатывать способы оценки эффективности и прибыльности тех или иных рекламных компаний. Стихия SMM начинает превращаться в более или менее просчитанную систему, но и тут возникли свои недочеты. Самым простым и распространенным критерием оценки эффективности становится банальный подсчет лайков в сетях или просмотров в Youtube. Не было определенной линейки цен на услуги SMM-специалистов.

С наступлением нового 2011-го года многие компании, занимающиеся SMM продвижением, начинают заявлять о себе как о профессионалах. Появляются наработанные инструменты управления этим сложным пока для российского предпринимателя рекламным механизмом. Но целевая аудитория уже активно привлекается в группы с коммерческим уклоном, а в блогах и на самых крупных форумах все громче звучат голоса лидеров, к которым охотно прислушиваются.

Но и обратная сторона медали все активнее начинает проявлять себя: речь идет о так называемых «мертвых душах», которые продолжают активно создаваться на социальных площадках рунета. Увы, в 2011 год это явление приобрело массовый характер и сильно подорвало доверие клиентов ко всему SMM. В 2012 разражается один из самых громких скандалов с одним из SMM агентств, которое брало неплохие деньги за псевдопродвижение в соцсетях при помощи ботов. Это сразу же резко снижает популярность SMM, и самые слабые участники рынка тут же сходят с дистанции. Зато серьезные SMM-специалисты разрабатывают новую стратегию работы с клиентами: дешевый пафос сменяется более профессиональным подходом. Профессионалы разрабатывают системный подход и

начинают оперировать цифрами. Клиенты таких агентств наконец-то получают возможность увидеть реальные результаты своих капиталовложений, но и становятся более требовательными и придирчивыми. Даже простого и неопытного пользователя уже не так легко обмануть. В таких условиях выжить могут только сильнейшие, точнее, самые опытные, креативные, продуманные агентства, умело играющие по правилам.

3 Практическая часть по проблеме исследования

Базой для моих экспериментов с SMM-технологиями и методиками стало официальное сообщество Магнитогорского государственного технического университета им. Г.И. Носова в социальной сети «ВКонтакте». Работая совместно со специалистами Управления информационной политики МГТУ им. Г.И. Носова – SEO-специалистом и дизайнером – мы создали сообщество, оформленное в фирменном стиле университета, и в течение 1 года ежедневно создавали актуальный контент. В данный момент количество подписчиков группы составляет 2 632 человека, из которых все – активные пользователи (см. рис.1). С помощью функции отслеживания статистики зафиксирован ежедневный прирост пользователей, в среднем, на 3 человека. В сообщество привлечены не только студенты, но и абитуриенты, школьники города, а также преподаватели, сотрудники университета. Для продвижения группы использовалась прямая электронная рассылка, организация конкурсов и розыгрышей (связанных по тематике с МГТУ им. Г.И. Носова, см. рис. 2), а также размещение электронного адреса группы на рекламной продукции МГТУ им. Г.И. Носова.

С точки зрения информационного содержания, контент соответствует требованиям официально-делового стиля, безусловно, с использованием приемов развлекательного контента для привлечения внимания, и соответствует задачам и целям университета, прописанным в программе стратегического развития университета.

Результативность деятельности была выявлена с помощью социологического исследования. Используя метод онлайн-анкетирования, я опросила 100 студентов МГТУ им. Г.И. Носова с целью определения наиболее часто используемых информационных ресурсов университета. Официальное сообщество МГТУ им. Г.И. Носова было в числе наиболее посещаемых. Таким образом, мой проект стал одной из наиболее востребованных информационных площадок университета, опередив корпоративную газету «Денница», радио «Зачетное» и студенческий журнал.

ПРИЛОЖЕНИЕ 2

Методические указания для обеспечения самостоятельной работы студентов на производственной-преддипломной практике.

- необходимо решать на профессиональном уровне профессиональные задачи, заключающиеся в подготовке рекламных материалов по актуальной тематике;
- представить грамотный теоретический анализ той сферы общественной практики или направления редакционной деятельности, с которой связана тема выпускной работы;
- выбрать актуальную тему научного проекта,
- сформулировать цели, задачи, объект и предмет исследования,
- проанализировать имеющуюся литературу по теме и проблеме исследования,
- отобрать необходимый теоретический и эмпирический материал,
- провести самостоятельное научное исследование,
- сформулировать выводы, важные с точки зрения теории современной коммуникации.

Пакет документов к отчету по производственной-преддипломной практике должен включать в себя следующие разделы:

1. Титульный лист отчета;
2. План-график прохождения практики;
3. Отзыв руководителя практики;
4. Индивидуальное задание на практику;
5. Отчет по практике, характеризующий содержание, методологию бакалаврской работы (актуальность, объект и предмет, цель, задачи и методы исследования), теоретическую часть по проблеме исследования (история основного вопроса, степень разработанности проблемы, классификация(-и) объекта исследования, специфика изучаемого предмета), практическую часть по проблеме исследования.

В процессе прохождения практики студент развивает профессиональные и универсальные компетенции, необходимые для включения в профессиональную деятельность.

Период проведения практики определяется графиком учебного процесса.

Практика студентов проводится выпускающей кафедрой на договорных началах на предприятиях и в научных учреждениях (организациях), оснащенных современной научно-технологической базой. Практика также может проводиться на кафедре или в других подразделениях университета (по согласованию).

Руководство практикой возлагается на преподавателя выпускающей кафедры (Руководитель практики от кафедры). Со стороны организации назначается Ответственный за практику из числа руководящих работников или высококвалифицированных специалистов.

Непосредственное руководство практикой в структурном подразделении организации осуществляет сотрудник подразделения (Руководитель практики от организации).

Выпускающая кафедра осуществляет общее организационно-методическое руководство практикой:

- разрабатывает рабочую программу практики;
- назначает руководителя практики;
- выбирает место проведения практики, готовит договор о практике;
- представляет организации списки студентов и все необходимые сведения для организации прохождения практики;
- обеспечивает проведение всех необходимых организационных мероприятий перед началом практики и установочных занятий (инструктаж о цели, задачах, содержании, порядке прохождения практики, форме отчетности и аттестации и т.п.);
- распределяет студентов по рабочим местам прохождения практики;

- разрабатывает задания на практику с указанием сроков прохождения практики, конкретных задач, подлежащих изучению, сроков подготовки и сдачи отчетных документов;

- выдает студентам индивидуальные задания на практику;
- контролирует подготовку отчетов о практике;
- осуществляет текущий и итоговый контроль прохождения практики в соответствии с рабочей программой.

Студенты

Перед началом практики студент обязан получить:

- направление на практику 9в случае прохождения практики не на базе университета);

- индивидуальное задание на практику.

Студент должен ознакомиться с рабочей программой практики, содержанием предстоящих работ, получить необходимые разъяснения по организации, проведению работы и отчетности по практике от руководителя практики.

Студент при прохождении практики обязан:

- пройти вводный инструктаж;
- своевременно прибыть на место практики и иметь при себе требуемые документы;
- подчиняться действующим в организации правилам внутреннего трудового распорядка;

- изучить и строго соблюдать правила охраны труда, техники безопасности и производственной санитарии;

- участвовать в производственной деятельности подразделения, выполняя все виды работ, предусмотренные рабочей программой практики и индивидуальным заданием;

- своевременно и добросовестно выполнить индивидуальное задание на практику;

- нести ответственность за выполняемую работу и ее результаты наравне со штатными сотрудниками организации;

- регулярно представлять руководителю практики отчетную информацию о результатах выполненных работ;

- подготовить и в установленные сроки представить руководителю практики письменный отчет о практике по установленной форме и защитить его перед комиссией на выпускающей кафедре (если предусмотрено).

По окончании практики студент оформляет отчет о практике и сдает его руководителю практики от кафедры, предварительно подписав отчет в подразделении организации у руководителя практики.

По итогам практики студент готовит презентацию и представляет ее комиссии выпускающей кафедры (если предусмотрено).

При оценке практики принимается во внимание:

- качество выполнения индивидуального задания и оформления отчетных материалов;

- инициативность студента и отзыв руководителя работы;

- своевременность сдачи отчета по практике, уровень ответственности и пр.

Порядок прохождения практики студентов определяется рабочей программой практики и планом-графиком, согласованным с базами практик. Сбор материалов для отчета о практике происходит на протяжении всего периода прохождения практики; редактирование и оформление студент выполняет на заключительном этапе.

По завершении прохождения практики студент готовит отчет о практике и электронную презентацию отчета о практике (если предусмотрено рабочей программой практики) и представляет отчетные материалы на утверждение руководителю практики в подразделении организации, а затем – руководителю практики от университета.

Отчет студента о практике должен включать текстовый, графический и другой иллюстративный материал.

Общие требования к отчетам:

- логическая последовательность и четкость изложения материала;
- краткость и точность формулировок, исключающих возможность неоднозначного толкования;
- убедительность аргументации;
- конкретность изложения материалов и результатов работы;
- информационная выразительность;
- достоверность;
- достаточность и обоснованность выводов.

Отчет о практике, как правило, имеет следующую структуру:

- титульный лист;
- индивидуальное задание;
- содержание;
- подпункты в соответствии с заданием;
- характеристика предприятия или организации (места прохождения практики);
- приложения (в соответствии с индивидуальным заданием).

Контроль прохождения практики заключается в мониторинге выполнения индивидуальных заданий на практику. Контроль со стороны университета осуществляется руководителем практики от кафедры. Проверка выполнения плана-графика практики и рабочей программы практики проводится в форме текущего и итогового контроля. Общий контроль прохождения практики осуществляет руководитель практики от кафедры, который по завершении очередного этапа проводит мониторинг хода выполнения работ, осуществляет подготовку отчетных материалов и докладывает о результатах прохождения практики на заседании кафедры.

Итоговый контроль производится по представлению отчета о практике и отзыва руководителя практики. Аттестацию студентов по практике осуществляет руководитель практики от кафедры на основании отчета о практике и отзыва руководителя практики.