

**Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА И
ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ
ФЕДЕРАЦИИ»**

Алтайский филиал

УТВЕРЖДЕНО

Решением Ученого совета
Алтайского филиала РАНХиГС

Протокол № 8 от «25» апреля 2024 г.

(внесены изменения, утвержденные
ученым советом протокол № 10 от
«27» июня 2024г.)

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

**«Медиаменеджмент и связи с общественностью в государственных и бизнес-
структурах»**

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРАКТИКИ

Б2.О.03(Пд) Преддипломная практика

Уровень образования: магистратура

42.04.05 «Медиакоммуникации»

Форма обучения заочная

Год набора – 2025

Барнаул, 2024 г.

Автор(ы)-составитель(и):

Шмаков Артем Алексеевич, к.фил.н., и.о. заведующего кафедрой медиакоммуникаций, русского языка и риторики

Заведующий кафедрой:

к.фил.н., и.о. заведующего кафедрой медиакоммуникаций, русского языка и риторики Шмаков Артем Алексеевич

СОДЕРЖАНИЕ

1. Вид, типы практики и способы ее проведения	4
2. Перечень планируемых результатов обучения по практике, соотнесенные с планируемыми результатами освоения программы.....	4
3. Объем и место практики в структуре образовательной программы	7
4. Содержание практики	7
5. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся и оценочные материалы промежуточной аттестации по практике	8

1. Вид, типы практики и способы ее проведения

Вид практики – производственная.

Тип практики – преддипломная творческая.

Способы проведения практики: стационарная, выездная.

Форма проведения практики: дискретно (путем выделения в календарном учебном графике непрерывного периода учебного времени для ее проведения).

2. Перечень планируемых результатов обучения по практике, соотнесенные с планируемыми результатами освоения программы

2.1. Практика Б2.О.03(Пд) «Преддипломная практика» обеспечивает овладение следующими компетенциями:

Код компетенции	Наименование компетенции	Код компонента (этапа) освоения компетенции	Наименование компонента (этапа) освоения компетенции	Индикатор достижения компетенции (этапа компетенции)
ПК-1	Способен проводить прикладные исследования в сфере медиа на основе самостоятельно разработанной или адаптированной методологии и методики	ПК-1.3	Способен применять методологию научного познания для изучения медиакommunikации; строить теоретические гипотезы и моделировать различные аспекты функционирования современных медиаструктур; анализировать потребности общества в медиапродуктах и аудиторные тренды в целях прогнозирования развития медиасистем; определять предпочтения аудитории в информационных, развлекательных и коммуникационных медиапродуктах; проводить научно-прикладные исследования в сфере медиа.	Владеет навыками организации и проведения научно-прикладных исследований в сфере журналистики и массовой коммуникации; Знает требования, предъявляемые к надежности и достоверности информации, обоснованности и практической значимости выводов. Умеет искать, интерпретировать и представлять результаты исследования, на основе которого составляет практические рекомендации и прогнозирует тенденции медиасферы; анализировать потребности общества в медиапродуктах и аудиторные тренды в целях прогнозирования развития медиасистем.
ПК-2	Способность планировать, разрабатывать и создавать медиаконтент в различных жанрах, форматах и для разных носителей	ПК-2.3	Способен планировать, создавать, обрабатывать, компоновать медиаконтент в различных жанрах, средах и на различных носителях.	Владеет основными принципами планирования, создания, обработки, компоновки медиаконтента в различных жанрах, средах и на различных носителях. Умеет критически оценивать и структурировать информацию, получаемую из разных источников, для осуществления

				планирования, разработки и создания медиаконтента в различных жанрах, форматах и для разных носителей.
ПК-3	Способность самостоятельно обрабатывать контент с целью подготовки его к публикации в различных форматах и жанрах, соответствующих задачам конкретных медиа	ПК-3.3	Способен подготовить к публикации медиаконтент с учетом различных форматов и жанров, соответствующих задачам конкретных медиа	Владеет навыками подготовки к публикации медиаконтента с учетом различных форматов и жанров, соответствующих задачам конкретных медиа. Умеет критически оценивать и структурировать информацию, получаемую из разных источников, обрабатывать собранный материал и подготавливать его к публикации.
ПК-4	Способен организовать и координировать работу, принимать управленческие решения в быстро меняющейся среде	ПК-4.3	Способен анализировать стратегию, цели и задачи, внутренние и внешние условия деятельности организации и использовать полученные данные для разработки организационной структуры.	Умеет осуществлять анализ стратегии, целей и задач, внутренних и внешних условий деятельности организации для выработки оптимальной организационной структуры учреждения в условиях быстро меняющейся среды.

2.2. В результате прохождения практики у студентов должны быть сформированы:

ОТФ/ТФ (при наличии профстандарта)/ профессиональные действия	Код компонента (этапа) освоения компетенции	Индикатор достижения компетенции (этапа компетенции)	Планируемые результаты обучения при прохождении практик*
	ПК-1.2	Владеет навыками организации и проведения научно-прикладных исследований в сфере журналистики и массовой коммуникации; Знает требования, предъявляемые к надежности и достоверности информации, обоснованности и практической значимости выводов. Умеет искать, интерпретировать и представлять результаты исследования, на основе которого составляет практические рекомендации и прогнозирует тенденции медиасферы; анализировать потребности общества в медиапродуктах и аудиторные тренды в целях	на уровне знаний: знает основные релевантные источники информации на уровне умений: обладает умениями поиска и верификации информации из различных источников на уровне навыков: владеет навыками систематической работы по поиску и систематизации информации из различных релевантных источников на уровне опыта практической деятельности: обладает опытом практической деятельности по поиску, критическому анализу и синтезу информации для решения поставленных задач.

		прогнозирования развития медиасистем;	
	ПК-2.3	Владеет основными принципами планирования, создания, обработки, компоновки медиаконтента в различных жанрах, средах и на различных носителях. Умеет критически оценивать и структурировать информацию, получаемую из разных источников, для осуществления планирования, разработки и создания медиаконтента в различных жанрах, форматах и для разных носителей.	<p>на уровне знаний: обладает знаниями о передовых технологиях создания и управления интернет-проектами</p> <p>на уровне умений: критически оценивать и структурировать информацию, получаемую из разных источников;</p> <p>на уровне навыков: владеет навыками применения технических средств и программного обеспечения для создания и управления интернет-проектами</p> <p>на уровне опыта практической деятельности: обладает практическим опытом разработки и создания медиаконтента в различных жанрах, форматах и для разных носителей.</p>
	ПК-3.2	Знает основные приемы и методы подготовки аудиоконтента к публикации; инструменты цифрового маркетинга; Владеет основными навыками сторителлинга и инфографики для обработки актуального медиаконтента.	<p>на уровне знаний: знает содержание и специфику различных видов деятельности в рамках репутационного становления; задачи, содержание и особенности проведения различных мероприятий в реализации технологий репутационного менеджмента;</p> <p>на уровне умений: умеет использовать понятия и подходы проведения анализа состояния, перспективных направлений и проблем профессионального и карьерного роста;</p> <p>на уровне навыков: владеет основами подходов планирования и управления в сфере репутационного менеджмента; методами проведения репутационного аудита в организации;</p> <p>на уровне опыта практической деятельности: владеет технологиями организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами</p>
	ПК-4.3	Умеет осуществлять анализ стратегии, целей и задач, внутренних и внешних условий деятельности организации для выработки оптимальной организационной структуры учреждения в условиях быстро меняющейся среды.	<p>на уровне знаний: знает подходы, принципы и закономерности создания информационного продукта;</p> <p>на уровне умений: умеет разрабатывать концепции и алгоритмы создания информационного продукта;</p>

			на уровне навыков: владеет методами и подходами к координации работы;
			на уровне опыта практической деятельности: имеет опыт работы с информацией в глобальных компьютерных сетях и корпоративных информационных системах;

3. Объем и место практики в структуре образовательной программы

Объем практики – 18 зачетных единиц, 648 академических часов (486 астрономических часов).

Преддипломная практика реализуется в рамках обязательной части Блока 2 «Практики». Практика вырабатывает умения и практические навыки, приобретаемые обучающимися в результате освоения теоретических дисциплин Блока 1, прохождения предшествующих практик. Способствует комплексному формированию компетенций.

4. Содержание практики

№ п/п	Этапы (периоды) практики	Виды работ
1	Инструктаж по технике безопасности	Инструктаж по технике безопасности. Получение индивидуального задания по прохождению учебной практики и составление плана выполнения работ и пр.
2	Выполнение заданий. Выполнение анализа собранного материала.	<p>Студент анализирует организацию службы маркетинга на предприятии как подразделения, обеспечивающего координацию и оптимизацию деятельности всех его структур. В период прохождения практики на 4 курсе студент обязан провести комплексное исследование деятельности предприятия:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) проведение SWOT -, PEST – анализа 2) проведение анализа финансово-хозяйственной деятельности 3) анализ маркетинговой деятельности предприятия по всем элементам комплекса маркетинга (в динамике) 4) провести сегментирование потребителей, определить целевые сегменты 5) рассмотреть основных конкурентов, провести позиционирование предприятия; 6) провести опрос лояльности потребителей к товарам или услугам организации, рассчитав минимальный размер выборки в зависимости от размера сегмента, допустимых дисперсии признака и предела ошибки выборки и пр. обеспечение управления инвестициями и рисками. <p>На основе проведенных исследований необходимо сделать вывод об устойчивости предприятия, эффективности его хозяйственной и сбытовой деятельности. Предложить свое видение развития маркетинговой деятельности на предприятии, обосновать и рассчитать эффективность от предложенных мероприятий.</p> <p>Изучить:</p> <ul style="list-style-type: none"> - организацию и проведение комплексных исследований национальных и международных товарных рынков с целью получения информации для принятия управленческих решений; - конъюнктуру рынка; - ранжировать рынки по определенным критериям и выбрать наиболее перспективные целевые рынки. <p>Необходимо:</p> <ul style="list-style-type: none"> - проведение сегментации рынков и выбор целевых сегментов;

		<ul style="list-style-type: none"> - изучение поведения потребителей и способов воздействия на него; - выявление требований потребителей к качественным характеристикам товаров и услуг, формирование потребительского спроса и прогнозирование объемов продаж; - изучение внутренней среды предприятия, оценка его интеллектуального, технологического и производственного потенциалов, определение слабых и сильных сторон, реальных и потенциальных возможностей, конкурентоспособности предприятия, состояние жизненного цикла выпускаемой и реализуемой продукции, ее конкурентоспособность; - совершенствование информационного обеспечения маркетинговой деятельности; - разработка программ по формированию спроса и стимулированию сбыта, рекомендаций по выбору рынка в соответствии с имеющимися ресурсами; <p>Проанализировать конкурентную среду с учетом изменений налоговой, ценовой и таможенной политики государства, объема оборота, прибыли от продажи, конкурентоспособности, скорости реализации, факторов, влияющих на сбыт.</p> <p>Подготовить предложения по формированию товарного ассортимента, стратегии сбыта; выбор каналов распределения, организацию системы товародвижения и продаж; создать системы маркетинговых коммуникаций по формированию спроса и стимулированию сбыта (продаж).</p> <p>Разработать и экономически обосновать оперативные и стратегические планы маркетинговой деятельности предприятия на национальном и международных рынках;</p> <p>Провести финансово-экономический анализа функционирования предприятия.</p>
3	Подготовка и защита отчёта по практике	составление отчета, защита практики.

5. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся и оценочные материалы промежуточной аттестации по практике

В ходе реализации дисциплины Б2.О.03(Пд) «Преддипломная практика» используются следующие методы текущего контроля успеваемости обучающихся:

Этапы (периоды) практики	Методы текущего контроля успеваемости
1. Инструктаж по технике безопасности	Рабочий график (план), Отметки о прибытии и выбытии, Отчет о практике
2. Выполнение заданий. Выполнение анализа собранного материала.	Отчет по практике.
3. Подготовка и защита отчёта по практике	Отчет по практике.

Промежуточная аттестация проводится в форме зачета с оценкой.

Оценочные материалы промежуточной аттестации (формы отчетности по практике)

К защите отчета по практике допускаются обучающиеся, предоставившие полный комплект закрывающих практику документов.

Защита отчета проходит в последний день практики (с учетом календарного учебного графика по образовательной программе).

Отчеты по практике, выполненные на русском языке, подлежат проверке на объем неправомерных заимствований. Итоговая оценка оригинальности текста отчета по

практике определяется в системе «Антиплагиат. ВУЗ» и закрепляется на уровне согласно стандартам, принятым в Алтайском филиале РАНХиГС.

Структура отчета по практике должна включать следующие разделы:

Титульный лист.

Содержание (с обозначение номеров страниц).

Введение, в котором дается обоснование актуальности выбранной темы, цель, задачи, объект и предмет практики, анализ источников и использованной литературы, а также фактических материалов, полученных в процессе прохождения практики. Сформулированные цель и задачи, которые автор ставит в введении, решаются в ходе выполнения практики.

Основная текстовая часть. В ней дается краткая характеристика обследуемого предприятия; краткий анализ его основной деятельности и определяется роль, значение и сущность его маркетинговой деятельности. Исследуются конкуренты предприятия, потребители и структура. Изложение в ней материала должно быть последовательным.

Аналитическая часть. В ней анализируются все собранные в ходе обследования материалы с приложением таблиц, схем, графиков, диаграмм, вопросников и пр..

Заключение, в котором подводятся основные итоги проделанной практикантом работы, делаются выводы.

Список информационных источников и литературы. Включает издания, использованные при написании отчета. Список источников формируется по отдельным группам изданий: законодательные акты, нормативно-правовые документы, сборники документов, периодическая печать, монографии. Внутри выбранных групп источники, как правило, располагаются по хронологическому принципу. Список исследований составляется в алфавитном порядке фамилий авторов.

Приложения, включающие в себя основные и промежуточные материалы обследования (разработанные документы, структуры, графики, диаграммы).

Объем отчета о прохождении практики - 1 печатный лист (24 машинописных страницы по 1800 знаков). Отчет должен быть напечатан на писчей бумаге формата А4 с одной стороны листа 14 шрифтом Times New Roman через 1,5 интервала.

Вместе с отчетом студент представляет характеристику с места прохождения практики (характеристика должны быть заверены печатью организации, в которой студент проходил практику).

Характеристика оформляется на бланке учреждения (организации), где осуществлялась практика, подписывается руководителем организации по месту прохождения практики, заверяется печатью и является обязательным приложением к отчету.

Характеристика должна содержать оценку руководителем практики работы студента в организации, проявленных им деловых качеств, его навыков и умений, отношения к работе.

Обучающиеся, не выполнившие программу практики без уважительной причины или получившие отрицательную оценку считаются имеющими академическую задолженность и обязаны ликвидировать академическую задолженность в порядке, установленном в локальных документах.

Вместе с отчетом студент представляет характеристику с места прохождения практики (характеристика должны быть заверены печатью организации, в которой студент проходил практику).

Характеристика оформляется на бланке учреждения (организации), где осуществлялась практика, подписывается руководителем организации по месту прохождения практики, заверяется печатью и является обязательным приложением к отчету.

Характеристика должна содержать оценку руководителем практики работы студента в организации, проявленных им деловых качеств, его навыков и умений, отношения к работе.

Содержание включает в себя введение, содержание основных разделов, заключение, список информационных источников и литературы и наименование приложений с указанием номеров страниц, с которых начинаются эти элементы отчета.

Во введении к отчету дается оценка современного состояния изучаемой проблемы (актуальность) и взаимосвязь исследования с другими научно-исследовательскими работами (например, курсовыми). Также приводятся цели и задачи данного этапа исследования, их место в общем объеме исследовательской работы студента.

Содержание основной части определяется студентом совместно с руководителем практики от кафедры, исходя из специфики объекта исследования и стоящих задач по написанию выпускной квалификационной работы.

Собранную информацию можно представить в следующих разделах:

1. Предприятие как хозяйствующий субъект.

Устав и паспорт предприятия, его организационно-правовая форма, цели и масштаб деятельности. Оценка и анализ экономической деятельности предприятия за ряд лет. Организационная структура предприятия, функции и задачи структурных подразделений. Взаимоотношения предприятия с элементами рыночной инфраструктуры, с государственными органами власти различных уровней, с другими хозяйствующими субъектами.

2. Анализ деятельности коммуникационных служб, методологические и организационные особенности выработки коммуникационных стратегий предприятия.

Организация маркетинговой деятельности на предприятии. Структура службы маркетинга на предприятии. Методы проведения маркетинговых исследований.

Номенклатура выпускаемой продукции. Проведение анализа ассортиментной политики предприятия и применяемых товарно-ассортиментных стратегий. Определение снабженческо-сбытовой политики. Производственно-технологическая и инновационная политика предприятия. Ценовая политика. Разработка программы мер по снижению издержек. Анализ существующих сбытовых сетей и системы снабжения. Выработка оптимальной маркетинговой стратегии предприятия.

3. Анализ положения предприятия на рынке и конкурентоспособности продукции предприятия.

Внешняя среда маркетинга. Размер рынка, масштабы конкуренции. Анализ сильных и слабых сторон предприятия относительно своих конкурентов. Анализ конкурентоспособности продукции предприятия и эффективности маркетинговой деятельности. Оценка конкурентоспособности предприятия в целом. Факторы риска.

Анализ тенденций развития рынков выпускаемой продукции. Изучение стратегии поведения предприятия на рынке предложения по ее совершенствованию.

4. Маркетинговый аудит предприятия.

Проведение первоначального анализа закрепления и выполнения функций маркетинга структурными подразделениями предприятия. Распределение функций маркетинга по структурным подразделениям организации заполнить в форме таблицы в разрезе структурных подразделений предприятия и выполняемых маркетинговых функций.

При проведении маркетингового аудита предприятия (организации) студенту необходимо ответить на следующие вопросы:

Существует ли служба маркетинга на предприятии?

Выделена ли служба маркетинга в самостоятельное подразделение?

Каков вид организации службы маркетинга (функциональная, товарная, товарнофункциональная, рыночная, рыночно-функциональная, товарно-рыночная)?

Есть ли связь управления маркетинга с управлением финансами, производством, НИОКР, кадрами?

Выполняются ли такие функции маркетинга, как:

- исследование рынка;
- изучение потребителя;
- планирование ассортимента;
- анализ каналов сбыта продукта;
- формирование ценовой стратегии и определение ценовой политики;
- исследование конкурентов;
- разработка коммуникационной политики предприятия.

Составляются ли планы маркетинга:

- стратегический план
- годовой план
- текущий план.

Как часто предприятие проводит исследования рынка, изучает заказчиков, каналы сбыта и конкурентов? В какой степени руководство осведомлено о потенциале и прибыльности различных сегментов?

Насколько текущая стратегия маркетинга соответствует производственной программе организации? Насколько согласовано управление маркетингом с имеющимися ресурсами? Насколько эффективно управление реагирует на неожиданное изменение рыночной ситуации? Какое направление маркетингового исследования считаете необходимым для Вашего предприятия? Какой метод проведения маркетингового исследования Вы считаете наиболее эффективным?

5. Оценка эффективности коммуникационной деятельности на предприятии и разработка предложений по ее совершенствованию. Учитывая, что преддипломная практика является завершающим этапом обучения, следует иметь в виду, что на этом этапе идет сбор данных, осуществляются расчеты и проверяются возможные решения, излагаемые в выпускной квалификационной работе.

Заключение должно содержать:

- краткие выводы по результатам прохождения практики.
- оценку полноты решения поставленных задач.

В приложения рекомендуется включать материалы, которые по каким-либо причинам не могут быть отражены в основной части (формы бухгалтерской и статистической отчетности, прайс-листы, тексты договоров, положений о структурных подразделениях, анкеты и т. д.).

Обучающиеся, не выполнившие программу практики без уважительной причины или получившие отрицательную оценку считаются имеющими академическую задолженность и обязаны ликвидировать академическую задолженность в порядке, установленном в локальных документах

Промежуточная аттестация осуществляется в соответствии с учебным планом в форме зачета с оценкой, который выставляется по результатам проверки отчетной документации, собеседования и защиты отчета с представлением презентации.

Шкала оценивания

Шкала оценивания	Критерии оценки результатов практики
------------------	--------------------------------------

«отлично»/ «зачтено»	<p>Выставляется обучающемуся, если характеристика с места прохождения практики содержит высокую положительную оценку, отчет выполнен в полном соответствии с предъявляемыми требованиями, аналитическая часть отчета отличается комплексным подходом, креативностью и нестандартностью мышления студента, выводы обоснованы и подкреплены значительным объемом фактического материала.</p> <p>Обучающийся исчерпывающе и логически стройно излагает учебный материал, умеет увязывать теорию с практикой, справляется с решением задач профессиональной направленности высокого уровня сложности, правильно обосновывает принятые решения. Компетенции, закреплённые за практикой, сформированы на уровне - «высокий».</p>
«хорошо»/ «зачтено»	<p>Выставляется обучающемуся, если характеристика с места прохождения практики содержит положительную оценку, отчет выполнен в целом в соответствии с предъявляемыми требованиями без существенных неточностей, включает фактический материал, собранный во время прохождения практики.</p> <p>Обучающийся правильно применяет теоретические положения при решении практических задач профессиональной направленности разного уровня сложности, владеет необходимыми для этого навыками и приёмами.</p> <p>Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне - «хороший».</p>
«удовлетворительно»/ «зачтено»	<p>Выставляется обучающемуся, если характеристика с места прохождения практики содержит положительную оценку, отчет по оформлению и содержанию частично соответствует существующим требованиям, но содержит неточности и отдельные фактические ошибки, отсутствует иллюстративный материал. Обучающийся испытывает определённые затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, владеет необходимыми для этого базовыми навыками и приёмами.</p> <p>Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне - «достаточный».</p>
«неудовлетворительно» / «не зачтено»	<p>Выставляется обучающемуся, если характеристика с места прохождения практики не содержит положительной оценки. Отчет представлен не вовремя и не соответствует существующим требованиям. Обучающийся испытывает серьёзные затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, не владеет необходимыми для этого навыками и приёмами.</p> <p>Компетенции на уровне «достаточный», закреплённые за дисциплиной, не сформированы.</p>