Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Юров Сергей Серафимович
Должность: ректор
Дата подписания: 14.09.2023 13:13:55
Уникальный программный ключ:
3cba11a39f7f7fadc578ee5ed1f72a427b45709d10da52f2f114d9bf44bef14

Автономная некоммерческая организация высшего образования
«ИНСТИТУТ БИЗНЕСА И ДИЗАЙНА»

Факультет управления бизнесом
Кафедра менеджмента и маркетинга

УТВЕРЖДАЮ
Ректор _____ С.С. Юров
«29 июня 2023 г

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ
Б2.О.02 (Пд) «ПРЕДДИПЛОМНАЯ ПРАКТИКА»

Для направления подготовки:

42.03.05 Медиакоммуникации
(уровень бакалавриата)

Тип задач профессиональной деятельности:
организационный

Направленность (профиль):
«Продюсирование мультимедиа проектов»

Форма обучения:
очная

Москва – 2023

Разработчик: Филин Виталий Юрьевич, кандидат психологических наук, доцент кафедры менеджмента и маркетинга АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна».

«20» июня 2023 г. /Филин В.Ю./

СОГЛАСОВАНО:

Декан факультета ФУБ _____ /Н.Е. Козырева /
(подпись)

Заведующая кафедрой
разработчика РПД _____ / Е.С. Мальцева /
(подпись)

Протокол заседания кафедры № 10 от «22» июня 2023 г.

1. Вид практики, способы и формы ее проведения

Вид практики: производственная практика

Тип практики: преддипломная практика.

Способы проведения практики стационарная или выездная.

Форма проведения практики: *дискретно:* по видам практик — путем выделения в календарном учебном графике непрерывного периода учебного времени для проведения каждого вида (совокупности видов) практики

2. Перечень планируемых результатов обучения при прохождении практики, соотнесённых с планируемыми результатами освоения ОПОП

Производственная преддипломная практика является завершающим практическим этапом подготовки обучающихся к самостоятельной работе в сфере профессиональной деятельности и реализуется после прохождения ими учебной и производственной практик.

Целями преддипломной практики является закрепление и углубление теоретических знаний, приобретение практических навыков и компетенций, опыта самостоятельной профессиональной деятельности.

Во время преддипломной практики обучающиеся собирают необходимые материалы для выполнения выпускной квалификационной работы.

В результате прохождения данной практики обучающийся должен овладеть следующими общепрофессиональными и профессиональными компетенциями: УК-2, УК-3, УК-6, УК-8, ОПК-1, ОПК-2, ОПК-4, ОПК-5, ОПК-6, ОПК-7, ПК-1, ПК-2, ПК-3.

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции
УК-2 Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	**УК-2.2.** Выбирает оптимальный способ решения задач, учитывая действующие правовые нормы и имеющиеся условия, ресурсы и ограничения
УК-3 Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	**УК-3.2.** Взаимодействует с другими членами команды для достижения поставленной задачи
УК-6 Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни	**УК-6.2.** Планирует траекторию своего профессионального развития и предпринимает шаги по её реализации
УК-8 Способен создавать и поддерживать в повседневной жизни и в профессиональной деятельности безопасные условия жизнедеятельности для сохранения природной среды, обеспечения устойчивого развития общества, в том числе при угрозе и возникновении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов	**УК-8.1.** Применяет теоретические и практические знания и навыки в бытовой и профессиональной сфере для обеспечения безопасных условий жизнедеятельности и сохранения природной среды
ОПК-1 Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных	**ОПК-1.2.** Осуществляет подготовку медиатекстов и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем.

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции
знаковых систем	
ОПК-2 Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	**ОПК-2.2.** Способен учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании медиатекстов и/или коммуникационных продуктов.
ОПК-3 Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	**ОПК-3.2**. Учитывает достижения отечественной и мировой культуры, а также средства художественной выразительности в процессе создания медиапродуктов и (или) иных коммуникационных продуктов.
ОПК-4 Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	**ОПК-4.1.** Соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп
	ОПК-4.2. Использует основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности, учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании медиакоммуникационных продуктов
ОПК-5 Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	**ОПК-5.2.** Осуществляет свои профессиональные действия с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы
ОПК-6 Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности	**ОПК-6.1.** Использует принципы работы и достижения современных информационных технологий для решения профессиональных задач
ОПК-7 Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности	**ОПК-7.2.** Осуществляет отбор информации, профессиональных средств и приемов медиакоммуникаций в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом
ПК-1 Способен создавать сценарный материал для нового продукта с учетом формата, тематики и имеющихся ресурсов и материалов (медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов)	**ПК-1.2.** Определяет целевую аудиторию нового продукта
	ПК-1.3. Осуществляет оценку оригинальности идеи, актуальности нового продукта, его художественной ценности и востребованности
ПК-2 Способен планировать и организовывать финансирование и производственный процесс создания нового продукта (медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов)	**ПК-2.1.** Составляет план, оценивает творческую и техническую составляющую проекта, подбирает ресурсы, разрабатывает график выполнения работ
	ПК-2.2. Обосновывает целесообразность создания продукта, его идейно-художественное значение, окупаемость и прибыльность, привлекает инвесторов
ПК-3 Способен организовать продвижение готовых продуктов и продуктов на этапе создания	**ПК-3.2.** Организация и проведение рекламных кампаний

3. Место практики в структуре образовательной программы

Производственная, преддипломная практика относится к Блоку Б2 «Практики», обязательная часть.

Для прохождения практики студенты должны владеть знаниями по таким дисциплинам как: Управление репутацией, PR и GR, Теория предпринимательства,

Медиапланирование, Питчинг и краудфандинг проектов, Технологии и инновации в продюсировании, Личный бренд, Продюсирование, Визуальный язык, Креатив и сторителлинг.

Преддипломная практика непосредственно ориентирована на закрепление студентами практических навыков и опыта самостоятельной профессиональной деятельности в области медиакоммуникаций; приобретение профессионально - практической подготовки и специфических профессиональных навыков, практического опыта и отражения этого опыта в содержании ВКР; сбор эмпирического материала в рамках подготовки и написания ВКР.

4. Объем практики

Общая трудоемкость производственной преддипломной практики составляет 21 зачетную единицу, 756 часов.

Данный объем практики составляет 14 недель в 8 семестре, которые отражены в графике учебного процесса. По результатам преддипломной практики для направления подготовки 42.03.05 Медиакоммуникации, профиль «Продюсирование мультимедиа проектов» предусмотрен зачет с оценкой.

5. Содержание и формы отчетности по практике

5.1. Содержание практики

Содержание преддипломной практики определяется требованиями к составу организационных и образовательных задач, которые необходимо выполнить выпускнику за время прохождения практики.

Разделы (этапы) практики	Виды работы на практике, включая самостоятельную работу студентов	Формы текущего контроля
Подготовительный этап	1. Установочная о задачах преддипломной практики: общий инструктаж, инструктаж по использованию форм рабочих и отчетных документов, инструктаж по технике безопасности. 2. Организационная работа по распределению студентов по базам практики. 3. Выдача студентам форм рабочих и отчетных документов по практике. 4. Встреча студентов с руководителями практики, обсуждение разработки плана выполнения индивидуального задания по практике.	Отметки о прохождении студентами инструктажа, о получении форм рабочих и отчетных документов для преддипломной практики.
Прохождение практики на предприятии (основной этап)	1. Согласование с руководителями практики от кафедры и организации индивидуального задания с учетом тематики выпускной квалификацион-ной работы на период прохождения практики. 2. Разработка рабочего графика реализации индивидуального задания	Обсуждение индивидуальных заданий с руководителем практики от организации. Консультации у руководителя практики, анализ и обсуждение подготовленных материалов к ВКР.

	3. Выполнение индивидуального задания.	
Итоговый этап	1. Самостоятельный анализ итогов работы в ходе преддипломной практики, написание и оформление отчетных материалов. 2. Оформление отчета по практике его представление руководителю. 3. Защита итогового отчета по практике.	Итоговый отчет по практике

5.2. Формы отчетности по практике

По итогам производственной (преддипломной) практики студент должен подготовить отчет, соответствующий приведенным ниже требованиям.

Окончательный вариант отчетности по практике должен соответствовать следующей структуре:

1. Титульный лист (Приложение 2).
2. Лист-оформление студента на практику (Приложение 3).
3. Рабочий график прохождения практики (Приложение 4).
4. Индивидуальное задание на прохождение преддипломной практики (Приложение 5).
5. Отзыв-характеристика руководителя практики от предприятия, заверенный печатью организации. (Приложение 6).
6. Отзыв руководителя практики от Института (Приложение 7) – оформляется руководителем практики от Института, вкладывается в отчет и не сшивается
7. Содержание (лист имеет нумерацию «2»)
8. Текст отчета по практике.
9. Приложения (при их наличии).

Титульный лист, Лист-оформление студента на практику, Рабочий график прохождения практики, Индивидуальное задание на прохождение преддипломной практики и Отзыв-характеристика руководителя практики от предприятия - не **нумеруются!**

5.3. Требования к оформлению отчета по практике

Отчет о практике составляется индивидуально каждым студентом и должен содержать характеристику организации -базы практики, а также отражать деятельность студента в период прохождения преддипломной практики.

Отчет по практике оформляется в форме реферата объемом не менее 25 страниц, который состоит из нескольких разделов:

- *Введение.* Во Введении определяются общие цели и задачи преддипломной практики.
- *Основная часть* отчета представляет собой аналитическую записку по разделам содержания программы практики, разделенным на параграфы.

<u>Пример нумерации разделов и параграфов.</u>

Раздел 1. _____
1.1. _____
1.2. _____
Раздел 2. _____
2.1. _____
2.2. _____

- В *Заключении* приводятся общие выводы и предложения, а также краткое описание проделанной работы, даются практические рекомендации.
- *Список литературы* – включает в себя учебники, учебные пособия, нормативно-правовые акты, интернет-ресурсы и т.п. Список литературы оформляется по алфавиту.

<u>Пример оформления списка литературы.</u>

Оформление списка литературы и ссылок в тексте отчета

Библиографический список (раздел в конце текста под названием «Список литературы») включает в себя литературные, статистические и другие источники, материалы из которых использовались при написании работы. Он может состоять из таких литературных источников, как монографическая литература, периодическая литература (статьи из журналов и газет), докторские и кандидатские диссертации и их авторефераты, законодательные и инструктивные материалы, статистические сборники, а также другие отчетные и учетные материалы, web-сайты.

Используемые источники располагаются в следующем порядке **с использованием сквозной нумерации**:

- нормативные правовые акты (в порядке значимости),
- научная и учебная литература (в алфавитном порядке по фамилии первых авторов или заглавий изданий (если автор не указан);
- источники на иностранных языках (указывается в латинском алфавите и размещается после перечня литературы на русском языке);
- ресурсы Интернет.

Оформление ссылок

В работе необходимо делать ссылки на использованную литературу и источники. При написании текста работы используется затекстовая ссылка. Она размещается в конце цитируемого или излагаемого материала другого автора, оформляется в квадратных скобках. Первая цифра указывает на порядковый номер издания в списке литературы, вторая цифра на номер страницы (или их диапазон), например: [23, с.50], [23, с.50-53].

Общие правила цитирования

Текст цитаты заключается в кавычки и приводится в той грамматической форме, в какой он дан в источнике, с сохранением особенностей авторского написания. Цитирование

должно быть полным, без произвольного сокращения цитируемого фрагмента и без искажения смысла. Пропуск второстепенных слов, не влияющих на смысл, обозначается многоточием. Не следует злоупотреблять цитатами. Оптимальное количество цитат в тексте – не более двух на странице. Каждая цитата должна сопровождаться ссылкой на источник, откуда она была позаимствована.

Примеры оформления списка литературы

Оформление нормативно-правовых актов

1. Гражданский Кодекс Российской Федерации (часть первая) Федеральный закон принят 30.11.1994 года № 51 - ФЗ (с изм. и доп.) // Российская газета. - №2 от 12.01.2022.

Оформление книг

одного, двух или трех авторов:

1. Синяева И.М. Маркетинг торговли: учебник / И.М. Синяева, С.В. Земляк, В.В. Синяев; под ред. Л.П. Дашкова. – 4-е изд. – Москва: Дашков и К°, 2019. – 750с.
2. Чернопятов А.М. Маркетинг: учебник: / А.М. Чернопятов. – 2-е изд., стер. – Москва; Берлин: Директ-Медиа, 2019. – 439 с.

более трех, авторов:

1. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности: учебник / В.Т. Гришина, Л.А. Дробышева, Т.Л. Дашкова [и др.]; под ред. Ю.В. Морозова, В.Т. Гришиной. – 9-е изд. – Москва: Дашков и К, 2018. – 446 с.

При оформлении **электронной книги**, пользуются теми же правилами что и для оформления книг, но с указанием **режима доступа, ссылкой на источник и датой обращения**.

1. Фомичев, А. Н. Стратегический менеджмент : учебник / А. Н. Фомичев. – 3-е изд. – Москва : Дашков и К°, 2021. – 468 с. : ил., табл., схем., граф. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=621638 (дата обращения: 16.05.2023). – Текст: электронный.

Оформление статей из журналов / газет

1. Варламова Т.П. Ипотечное кредитование в России: история и современное состояние / Т.П. Варламова // Поволжский торгово-экономический журнал. - 2014. - № 5 (39). - С. 42-50.

Оформление электронных источников (ресурсов).

1. Федеральная служба государственной статистики: Официальный сайт [Электронный ресурс] / Федеральная служба государственной статистики. - 1995-2023. - URL: http://www.gks.ru (дата обращения: 16.05.2023).

- В *Приложениях* представляются выполненные студентами рисунки (схемы, графики, диаграммы и т. д.) если они занимают в объеме более ½ страницы,

таблицы – если они занимают более 1 страницы, а так же анкеты и копии различных документов, на которые есть прямая ссылка в тексте отчета. Приложения нумеруются и прикладываются к отчету в порядке нумерации. Слово «*Приложение*», с указанием соответствующей нумерации, располагается над приложением с выравниванием «по правому краю» и выделяется курсивом. Нумерация страниц приложений не производится. Количество страниц в приложениях не входит в общий объем страниц отчета.

Отчет о практике должен быть набран на компьютере в соответствии со следующими требованиями:

- шрифт Times New Roman;
- размер шрифта - 14 pt;
- межстрочный интервал - 1,5;
- поля: слева - 3 см, справа – 1 см, сверху и снизу - 2 см;
- выравнивание теста - «по ширине».

Каждый новый раздел отчета следует начинать с новой страницы. Параграфы - не начинаются с новой страницы, а продолжаются один за другим. Нумерация страниц текста должна быть сквозной, первой страницей является титульный лист, второй – оглавление (содержание). На первой странице номер ***не ставится***. На последующих страницах номер проставляется арабскими цифрами ***внизу, справа***.

Все иллюстрации (диаграммы, схемы, гистограммы, фотографии и т.п.) обозначаются словом «Рис.», таблицы – словом «Таблица», с указанием их нумерации. Размер шрифта текста в таблице допускается уменьшать до размера - 12 pt. «Шапка» должна находиться на одной странице с таблицей и ее необходимо выровнять «по центру».

Нумерация рисунков и таблиц осуществляется последовательно в рамках отчета. **Заголовок таблицы** помещается после слова «Таблица» над соответствующей таблицей с выравниванием «по левому краю», начинается с прописной буквы и выделяется курсивом. Подчеркивать заголовки не следует. Таблицу следует помещать после первого упоминания о ней в тексте.

Образец:

Таблица 1. *Маркетинговый план на год ООО «МедиаПлюс»*

№	Позиция	Исполнитель	Ожидаемый результат	Срок реализации
1	Разработка сайта	ООО	Готовый сайт организации	июнь – июль 2022
2	SEO оптимизация сайта	Сторонний специалист	Выдача сайта по поисковым запросам	июль 2022 – сентябрь 2023
3	Ведение Instagram	ООО	Увеличение подписчиков до 40 000 человек	сентябрь 2022
4	Рекламный таргет в Instagram	Сторонний специалист	Заказ 10 услуг	октябрь 2022 - сентябрь 2023
5	Ведение ВКонтакте	ООО	Создание активного сообщества	октябрь 2022 - сентябрь 2023
6	Рекламный таргет в ВКонтакте	Сторонний специалист	Увеличение подписчиков до 10 000	октябрь 2022 - сентябрь 2023
7	Написание статей на Яндекс.Дзен	Сторонний специалист	Переход на сайт организации и заказ 10 услуг	октябрь 2022 - сентябрь 2023

Заголовок рисунка помещается сразу после слова «Рис.» под соответствующим рисунком с выравниванием «по левому краю», начинается с прописной буквы и выделяется курсивом.

Если рисунок заимствован из учебника, монографии или научной статьи, то есть не является авторским, то ссылка на источник обязательна. В данном случае в квадратных скобках указан номер из списка литературы, под которым стоит название источника, и номер страницы, где приведен рисунок.

МЕСТО	АГЕНТСТВО	ВСЕГО	ТВ	ИНТЕРНЕТ	ПРЕССА	РАДИО	ООН	КЛИЕНТЫ	МЕСТО 2021	ВСЕГО 2021
1	Carat	31 868	20 372	8 793	60	449	2 194	Отисифарм, Danone, Мон'дэлис Русь, Яндекс	1	25 374
2	OMD Optimum Media	31 301	18 977	9 047	199	855	2 223	Pepsi Co, Henkel Group, М.Видео	2	23 117
3	dentsu X	30 602	20 485	8 723	364	358	671	-	4	16 197

Рис. 1. *Рейтинг Медиаагентств в 2022 г. (млн.руб, без НДС, по объему медиазакупок в 2021 г.) [12]*

Образец:

Образец оформления рисунков

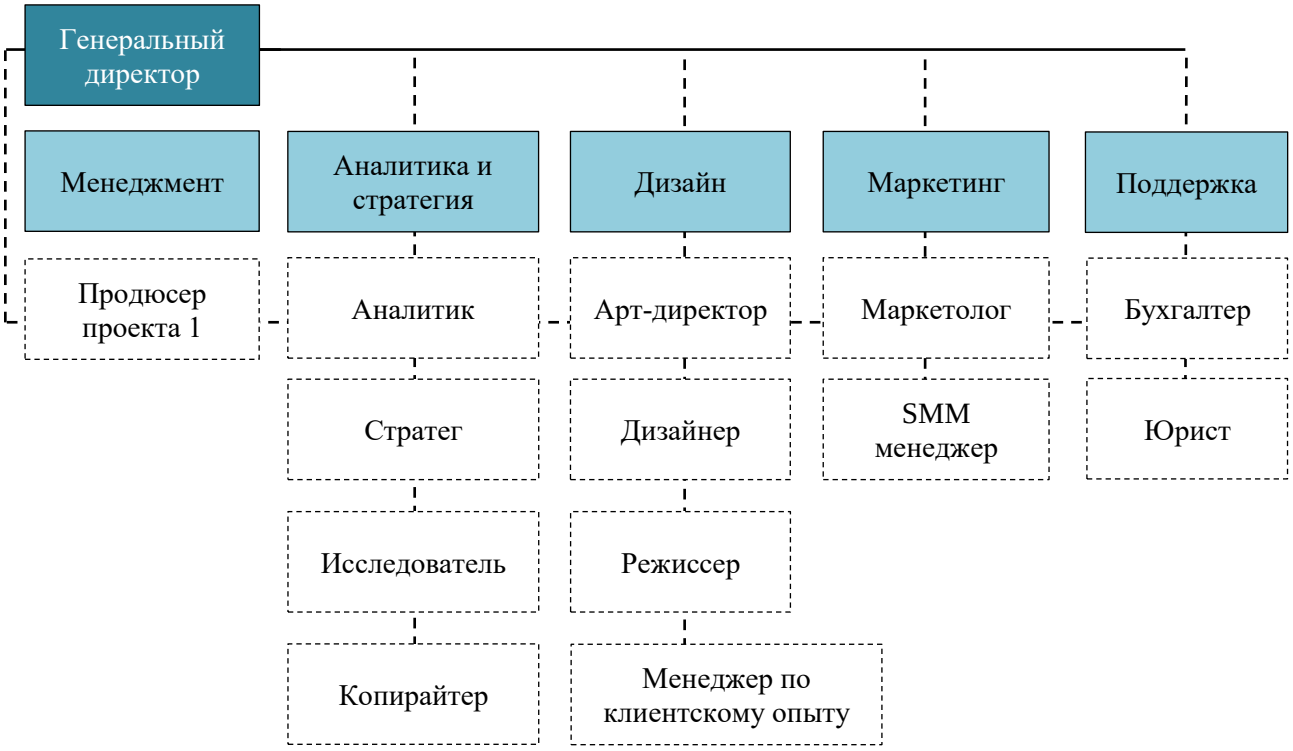

Рис. 2. *Структура организации ООО «МедиаПлюс» в первый год работы*

К отчету могут прилагаться документы, которые будут использованы в ходе написания выпускной квалификационной работы студента, полученные с разрешения руководителя практики в организации.

По окончании прохождения практики, в срок **не позднее 5-и календарных дней**, студенты должны предоставить руководителю практики сформированный отчет о прохождении преддипломной практики.

Отчет, в тексте которого содержится большая доля цитирования учебников, учебных пособий, различных нормативно-правовых актов, инструкций и т.п., оформленных не в соответствии с предъявляемыми требованиями - не допускается к защите и возвращается студенту на доработку.

Обучающиеся, не выполнившие программу практики без уважительной причины или получившие отрицательную оценку и в установленные сроки не пересдавшие ее, отчисляются из Института как имеющие академическую задолженность в порядке, предусмотренном Уставом АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна».

6. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по производственной (преддипломной) практике (Приложение 1).

По итогам практики обучающемуся выставляется зачет на основании выполненного и защищенного отчета. Фонд оценочных средств представлен в Приложении.

7. Информационно-коммуникационное обеспечение проведения практики

7.1. Перечень учебной литературы и ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

1. Котляревская И.В. Организация и проведение практик: учебно-методическое пособие / И.В. Котляревская, М.А. Илышева, Н.Ф. Одинцова; Уральский федеральный университет им. первого Президента России Б. Н. Ельцина. – Екатеринбург: Издательство Уральского университета, 2014. – 93 с. : ил., табл. Режим доступа: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=276361
2. Москалев С.М. Интернет-технологии и реклама в бизнесе / С.М. Москалев; Министерство сельского хозяйства РФ, Санкт-Петербургский государственный аграрный университет. – Санкт-Петербург: СПбГАУ, 2018. – 101 с.: ил. Режим доступа: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=491717
3. Рогожин М.Ю. Теория и практика рекламной деятельности: учебное пособие / М.Ю. Рогожин. - 3-е изд., перераб. и доп. - Москва; Берлин: Директ-Медиа, 2014. - 208 с.: ил. Режим доступа: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=253716
4. Хомяков В.И. Правовое регулирование средств массовой информации и рекламы: учебное пособие / В.И. Хомяков, В.А. Егошкина. – Москва; Берлин: Директ-Медиа, 2017. – 264 с.: ил. Режим доступа: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=476726
5. Щепилова Г.Г. Основы рекламы: учебник для бакалавров / Г.Г. Щепилова, К.В. Щепилов. – 4-е изд., испр. и доп. – Москва; Берлин: Директ-Медиа, 2019. – 473 с.: ил., табл. Режим доступа: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=500663

7.2. Перечень современных профессиональных баз данных, информационных справочных систем и ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

1. https://biblioclub.ru/ - университетская библиотечная система online Библиоклуб.ру
2. http://window.edu.ru/ - единое окно доступа к образовательным ресурса
3. https://uisrussia.msu.ru/ - база данных и аналитических публикаций университетской информационной системы Россия
4. https://www.elibrary.ru/ - электронно-библиотечная система eLIBRARY.RU, крупнейшая в России электронная библиотека научных публикаций
5. http://www.consultant.ru/ - справочная правовая система КонсультантПлюс
6. https://gufo.me/ - справочная база энциклопедий и словарей
7. https://slovaronline.com - поисковая система по всем доступным словарям и энциклопедиям

8. https://www.tandfonline.com/ - коллекция журналов Taylor&Francis Group включает в себя около двух тысяч журналов и более 4,5 млн. статей по различным областям знаний

9. http://www.akarussia.ru/node/5025 - база данных исследований Ассоциации коммуникационных агентств России (АКАР)

10. http://www.akarussia.ru/knowledge/industrial_standarts - база данных по индустриальным стандартам интерактивной рекламы (разработано IAB Russia и утверждено комиссией по индустриальным стандартам АКАР)

11. http://www.marketcenter.ru/ - базы данных системы межрегиональных маркетинговых центров

12. https://fas.gov.ru/spheres/1 - нормативно-правовая база данных Федеральной антимонопольной службы (ФАС) РФ в области рекламы

13. www.market-agency.ru - база данных маркетингового агентства рыночных исследований и консалтинга "Маркет"

14. https://iaaworldcongress.org/ - сайт Международной Рекламной Ассоциации (International Advertising Association, IAA) — международное профессиональное объединение участников рынка рекламных услуг. Объединяет корпоративных и индивидуальных членов: рекламодателей, рекламопроизводителей и рекламораспространителей

15. http://assadv.ru/ - сайт Ассоциация рекламодателей, которая выступает базовой площадкой для формирования общей позиции рекламодателей в рамках развития процесса саморегулирования в реклам, участвует в обсуждении законопроектов в области рекламы, является членом Экспертного совета по рекламе при Государственной Думе Российской Федерации, проводит мониторинг практики применения рекламного законодательства.

16. https://wfanet.org/ - сайт WFA-всемирной федерации рекламодателей, является глобальной торговой ассоциации для мульти-национальных рекламодателей и национальных ассоциаций рекламодателей. Помогает своим членам повышать эффективность и эффективность своих маркетинговых коммуникаций посредством сравнительного анализа и обмена знаниями, опытом и знаниями, предоставляет уникальную глобальную сеть маркетологов. Представляет около 100 крупнейших владельцев брендов в мире (таких как Procter & Gamble, eBay, Mars, Nike, Coca-Cola, Hewlett-Packard, Philips и Volkswagen) и 60 национальных ассоциаций рекламодателей.

17. http://www.akarussia.ru/ - Ассоциация коммуникационных агентств России-ведущее и крупнейшее профессиональное объединение коммуникационных услуг России. Члены АКАР предоставляют услуги в сфере: рекламы (ATL, TTL, BTL) - создают, планируют, размещают и продают рекламу в прессе, на радио, телевидении, в кинотеатрах, Интернете, на транспорте, на улицах и площадях; паблик рилейшнз; стимулирования сбыта и формирования спроса, продвижения товаров и услуг; брендинга; прямого маркетинга; спонсорства; маркетинговых, рекламных и социологических исследований; дизайна и упаковки; оформления мест продаж; интегрированных маркетинговых коммуникаций; нетрадиционного маркетинга.

18. http://www.advi.ru - сайт журнала «Рекламные идеи»

19. http://www.advertology.ru/ - сайт наука о рекламе

7.3 Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения.

При проведении практики и подготовки отчетов предполагается использование:
Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства:
1. Windows 10 Pro Professional (Договор: Tr000391618, Лицензия: V8732726);
2. Microsoft Office Professional Plus 2019 (Договор: Tr000391618, Лицензия: V8732726).
3. Браузер Google Chrome;
4. Браузер Yandex;
5. Adobe Reader - программа для просмотра, печати и комментирования документов в формате PDF

8. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРАКТИКИ

1. Оборудованные учебные аудитории, в том числе с использованием видеопроектора и подключением к сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду Института.
2. Аудитории для самостоятельной работы с подключением к сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду Института.
3. Компьютерный класс с подключением к сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду Института.
4. Аудио и видеоаппаратура.

№ 424

Учебная аудитория для проведения учебных занятий. Аудитория оснащена оборудованием и техническими средствами обучения:

а) учебной мебелью: столы, стулья, доска маркерная учебная

б) стационарный широкоформатный мультимедиа-проектор Epson EB-X41, экран, колонки.

в) 1 компьютер, подключенный к сети «Интернет», с обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна»

№ 402

Помещение для самостоятельной работы. Аудитория оснащена оборудованием и техническими средствами обучения:

а) учебной мебелью: столы, стулья, доска маркерная учебная

б) стационарный широкоформатный мультимедиа-проектор Epson EB-X41, экран, колонки.

в) 11 компьютеров, подключенных к сети «Интернет», с обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна»

Для студентов с ограниченными возможностями здоровья необходимы специальные условия для получения образования. В целях доступности получения высшего образования по образовательным программам инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья Институтом обеспечивается:

- наличие альтернативной версии официального сайта Института в сети Интернет для слабовидящих;
- присутствие ассистента, оказывающего обучающемуся необходимую

помощь.

Для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по слуху — дублирование вслух справочной информации о расписании учебных занятий; обеспечение надлежащими звуковыми средствами воспроизведения информации. Для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья, имеющих нарушения опорно-двигательного аппарата, созданы материально-технические условия, обеспечивающие возможность беспрепятственного доступа обучающихся в учебные помещения, туалетные и другие помещения Института, а также пребывания в указанных помещениях (наличие расширенных дверных проемов, поручней и других приспособлений).

Для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов производственная практика проводится с учетом особенностей их психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья, а также с учетом рекомендаций медико-социальной экспертизы и индивидуальной программы реабилитации. Выбор мест прохождения производственной практики для обучающихся с ОВЗ осуществляется с учетом состояния здоровья и требований по доступности для данной категории обучающихся.

Приложение 1

Автономная некоммерческая организация высшего образования
«ИНСТИТУТ БИЗНЕСА И ДИЗАЙНА»

Факультет управления бизнесом

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

Б2.О.02 (Пд) «ПРЕДДИПЛОМНАЯ ПРАКТИКА»

Для направления подготовки:
42.03.05 Медиакоммуникации
(уровень бакалавриата)

Тип задач профессиональной деятельности:
организационный

Направленность (профиль):
«Продюсирование мультимедиа проектов»

Форма обучения:
очная

Москва 2023

6.1. Перечень компетенций с указанием планируемых результатов обучения в процессе освоения производственной практики

Таблица 3. Перечень компетенций с указанием планируемых результатов обучения в процессе освоения производственной практики

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты освоения компетенции
УК-2 Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	**УК-2.2.** Выбирает оптимальный способ решения задач, учитывая действующие правовые нормы и имеющиеся условия, ресурсы и ограничения	**Знает:** методологию выбора оптимальных способов решения задач, учитывая действующие правовые нормы и имеющиеся условия, ресурсы и ограничения **Умеет:** определять круг задач, планировать и выбирать пути их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений **Владеет:** способами решения конкретных задач в профессиональной деятельности, исходя из действующих норм, имеющихся ресурсов
УК-3 Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	**УК-3.2.** Взаимодействует с другими членами команды для достижения поставленной задачи	**Знает:** способы взаимодействия с другими членами команды для достижения поставленной задачи **Умеет:** взаимодействовать с другими членами команды для достижения поставленной задачи **Владеет:** навыком взаимодействия с другими членами команды для достижения поставленной задачи
УК-6 Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни	**УК-6.2.** Планирует траекторию своего профессионального развития и предпринимает шаги по её реализации	**Знает:** способы и методы планирования траектории своего профессионального развития и предпринимает шаги по её реализации **Умеет:** планировать траекторию своего профессионального развития и предпринимает шаги по её реализации **Владеет:** навыком планирования траектории своего профессионального развития и предпринимает шаги по её реализации
УК-8 Способен создавать и поддерживать в повседневной жизни и в профессиональной деятельности безопасные условия жизнедеятельности для сохранения природной среды, обеспечения устойчивого развития общества, в том числе при угрозе и возникновении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов	**УК-8.1.** Применяет теоретические и практические знания и навыки в бытовой и профессиональной сфере для обеспечения безопасных условий жизнедеятельности и сохранения природной среды	**Знает:** теоретические и практические знания и навыки в бытовой и профессиональной сфере для обеспечения безопасных условий жизнедеятельности и сохранения природной среды **Умеет:** применять теоретические и практические знания и навыки в бытовой и профессиональной сфере для обеспечения безопасных условий жизнедеятельности и сохранения природной среды **Владеет:** навыком применения теоретических и практических знаний и навыков в бытовой и профессиональной сфере для обеспечения безопасных условий жизнедеятельности и сохранения природной среды
ОПК-1 Способен создавать востребованные обществом и	**ОПК-1.2.** Осуществляет подготовку медиатекстов и	**Знает:** особенности спроса медиатекстов и медиапродуктов, различных медиасегментов

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты освоения компетенции
индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	(или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем.	и платформ,и их отличительные черты, особенности норм русского и иностранных языков, особенности иных знаковых систем. **Умеет:** подготавливать тексты рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем **Владеет:** навыком грамотной подготовки и подачи текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем.
ОПК-2 Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	**ОПК-2.2.** Способен учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании медиатекстов и/или коммуникационных продуктов.	**Знает:** основы теории коммуникации как вида деятельности; структуру социальных и массовых коммуникаций; законы развития общественных и государственных институтов. **Умеет:** применять различные теории коммуникации при разработке медиатекстов и медиапродуктов; применять знания законы развития общественных и государственных институтов при разработке текстов **Владеет:** навыками проектирования коммуникационного акта в заданной социальной инфраструктуре и в условиях развития государственных институтов
ОПК-3 Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	**ОПК-3.2**. Учитывает достижения отечественной и мировой культуры, а также средства художественной выразительности в процессе создания медиапродуктов и (или) иных коммуникационных продуктов.	**Знает:** средства художественной выразительности в процессе создания медиапродуктов и (или) иных коммуникационных продуктов. **Умеет:** применять средства художественной выразительности в процессе создания медиатекстов и (или) иных коммуникационных продуктов. **Владеет:** навыком применения средств художественной выразительности в процессе создания медиатекстов и (или) иных коммуникационных продуктов
ОПК-4 Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	**ОПК-4.1.** Соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп	**Знает:** запросы и потребности общества и отдельных аудиторных групп; особенности различных социальных групп, их информационные ожидания и методы выявления этих ожиданий **Умеет:** соотносить социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп **Владеет: навыком** соотношения социологических данных с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп
	ОПК-4.2. Использует основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп	**Знает:** основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности, основные характеристики целевой аудитории при создании медиакоммуникационных продуктов

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты освоения компетенции
	общественности, учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании медиакоммуникационных продуктов	**Умеет:** использовать основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности, учитывать основные характеристики целевой аудитории при создании медиакоммуникационных продуктов; **Владеет:** навыком применения инструментария поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности, навыком учета основных характеристик целевой аудитории при создании медиакоммуникационных продуктов
ОПК-5 Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	**ОПК-5.2.** Осуществляет свои профессиональные действия с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы	**Знает:** свои профессиональные действия с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы **Умеет:** осуществлять свои профессиональные действия с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы **Владеет:** навыком осуществления своих профессиональных действий с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы
ОПК-6 Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности	**ОПК-6.1.** Использует принципы работы и достижения современных информационных технологий для решения профессиональных задач	**Знает:** основные принципы работы и способы применения в профессиональной деятельности современных базовых и прикладных информационных технологий **Умеет:** применять в профессиональной деятельности современные базовые и прикладные информационные технологии **Владеет:** навыком применения в профессиональной деятельности современных базовых и прикладных информационных технологий
ОПК-7 Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности	**ОПК-7.2.** Осуществляет отбор информации, профессиональных средств и приемов медиакоммуникаций в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом	**Знает:** методы и способы отбора информации, профессиональных средств и приемов медиакоммуникаций в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом **Умеет:** осуществлять отбор информации, профессиональных средств и приемов медиакоммуникаций в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом **Владеет:** навыками осуществления отбора информации, профессиональных средств и приемов медиакоммуникаций в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом
ПК-1 Способен создавать сценарный материал для нового	**ПК-1.2.** Определяет целевую аудиторию	**Знает:** методы проведения маркетингового исследования, в том числе исследования

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты освоения компетенции
продукта с учетом формата, тематики и имеющихся ресурсов и материалов (медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов)	нового продукта	для определения целевой аудитории нового медиапродукта **Умеет:** использовать современные маркетинговые и информационно-коммуникационные технологии при проведении исследований **Владеет:** навыком проведения исследований и анализа результатов
	ПК-1.3. Осуществляет оценку оригинальности идеи, актуальности нового продукта, его художественной ценности и востребованности	**Знает:** конъюнктуру медийного рынка, способы выявления запроса ЦА, критерии определения художественной ценности продукта и его востребованности **Умеет:** выявлять и анализировать социально-значимые процессы и явления, прогнозировать успешность продукта **Владеет:** навыком прогнозирования востребованности будущего продукта
ПК-2 Способен планировать и организовывать финансирование и производственный процесс создания нового продукта (медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов)	**ПК-2.1.** Составляет план, оценивает творческую и техническую составляющую проекта, подбирает ресурсы, разрабатывает график выполнения работ	**Знает:** методы планирования и организации производства **Умеет:** определять постановочную сложность, стоимость и источники ресурсного обеспечения создания и реализации нового продукта **Владеет:** навыком планирования производственной деятельности по созданию медиапродукта.
	ПК-2.2. Обосновывает целесообразность создания продукта, его идейно-художественное значение, окупаемость и прибыльность, привлекает инвесторов	**Знает:** принципы творческо-постановочного и технологического процессов подготовки и создания медиапрограмм **Умеет:** производить расчет затрат и ожидаемых результатов от создания продукта, обосновывать целесообразность производства медиапродукта. **Владеет:** методикой экспертного анализа, методами оценки рисков, навыком эффективной презентации
ПК-3 Способен организовать продвижение готовых продуктов и продуктов на этапе создания	**ПК-3.2.** Организация и проведение рекламных кампаний	**Знает:** методы проведения рекламных кампаний, включая сетевые возможности продвижения контента **Умеет:** определять цель рекламной компании, этапы, каналы продвижения, подготавливать рекламные и презентационные материалы **Владеет:** навыком организации и проведения рекламных компаний

6.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки планируемых результатов обучения по практике, характеризующие этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

№ п.п.	Перечень заданий
1.	Анализ медийной деятельности организации: изучить организационно-управленческую структуру, нормативно-правовое обеспечение деятельности организации, ознакомиться с действующими инструкциями и положениями, регламентирующими коммуникационную организации, изучить основные продукты и (или) услуги, выпускаемые (предоставляемые) данной организацией, провести аудит медиактивности организации.
2.	Принять участие в разработке и создании информационных и развлекательных материалов медиа, адресованных различным аудиторным группам, материалов, направленных на продвижение товаров, идей, рекламируемых в интерактивной форме с привлечением технических и программных средств, а также посредством социальных обменов в электронных сетях передачи данных, изучить каналы для продвижения. В рамках подготовки выпускной квалификационной работы студентом, в соответствии с ее тематикой, на преддипломной практике могут быть выполнены следующие работы (по согласованию с руководителем практики от организации) 1. Разработка медиапроекта: - создание концепции мультимедиа проекта, включающей цели, аудиторию, контент и формат; - разработка детального плана проекта, включая расписание работ, бюджет, необходимые ресурсы и техническое оборудование; - создание макета и дизайна проекта с использованием соответствующего программного обеспечения. 2. Продюсирование мультимедиа контента: - подбор, съемка или выбор готового медиаматериала (видео, фото, аудио, графика) для включения в проект; - редактирование и монтаж медиаконтента с использованием специализированного программного обеспечения. 3. Менеджмент медиапроекта: - планирование и контроль сроков выполнения проекта; - распределение ролей и обязанностей среди команды по проекту; - управление бюджетом и ресурсами проекта. 4. Анализ проекта и оценка эффективности: - изучение отзывов аудитории и анализ результатов оценки проекта; - оценка достигнутых результатов в соответствии с поставленными целями и задачами; - формулирование рекомендаций по улучшению медиапроекта.

Примерные вопросы для собеседования

1. Как вы создавали концепцию мультимедийного проекта?
2. Опишите цели, аудиторию, контент и формат мультимедийного проекта.
3. Опишите шаги, которые необходимо предпринять для разработки детального плана проекта, включая расписание работ, бюджет, необходимые ресурсы и техническое оборудование?

4. Какими программными средствами и инструментами вы будете использовать для создания макета и дизайна проекта?
5. Как вы будете осуществлять подбор, съемку или выбор готового медиаматериала (видео, фото, аудио, графика) для включения в проект? Какими основными аспектами будете руководствоваться?
6. Какими специализированными программными средствами вы будете пользоваться для редактирования и монтажа медиаконтента?
7. Как вы будете планировать и контролировать сроки выполнения проекта?
8. Каким образом распределяются роли и обязанности среди команды по проекту?
9. Назовите способы и методы управления бюджетом и ресурсами проекта.
10. Изучение отзывов аудитории и анализ результатов оценки проекта.
11. Как вы обрабатываете обратную связь с целевой аудиторией и реагируете на потребности и пожелания клиентов или заказчиков во время процесса создания и редактирования медиаконтента?
12. Как вы учитывали требования и предпочтения целевой аудитории при выборе и редактировании медиаконтента для проекта?
13. Какие рекомендации по улучшению медиапроекта вы можете предложить на основе проведенного анализа?
14. Как вы организовывали свою работу в рамках медиапроекта? Какие методы планирования и управления временем вы использовали?
15. Как вы оцениваете эффективность продюсирования мультимедиа контента после завершения проекта? Какие метрики и индикаторы успеха вы используете?

6.3. Описание показателей и критериев оценивания защиты отчета

В процессе защиты студентом отчета по преддипломной практике комплексно оцениваются следующие показатели:

1. Соответствие содержания отчета требованиям программы практики;
2. Структурированность и полнота собранного материала;
3. Полнота устного выступления, правильность ответов на вопросы при защите;
4. Грамотность оформления отчета

4-балльная шкала (уровень освоения)	**Критерии**
Отлично	При защите отчета студент продемонстрировал глубокие и системные знания, полученные при прохождении практики, свободно оперировал данными исследования и внес обоснованные предложения. Студент правильно и грамотно ответил на поставленные вопросы. Студент получил положительный отзыв от руководителя
Хорошо	При защите отчета студент показал глубокие знания, полученные при прохождении практики, свободно оперировал данными исследования. В отчете были допущены ошибки, которые носят несущественный характер. Студент ответил на поставленные вопросы, но допустил некоторые ошибки, которые при наводящих вопросах были исправлены. Студент получил положительный отзыв от руководителя
Удовлетворительно	Отчет имеет поверхностный анализ собранного материала, нечеткую последовательность его изложения материала. Студент при защите отчета по практике не дал полных и аргументированных ответов

	на заданные вопросы. В отзыве руководителя имеются существенные замечания.
Неудовлетворительно	Отчет не имеет детализированного анализа собранного материала и не отвечает установленным требованиям. Студент затрудняется ответить на поставленные вопросы или допускает в ответах принципиальные ошибки. В отзыве руководителя имеются существенные критические замечания.

ПРИЛОЖЕНИЕ 2

Автономная некоммерческая организация высшего образования
«Институт бизнеса и дизайна»
ФАКУЛЬТЕТ УПРАВЛЕНИЯ БИЗНЕСОМ

Отчет по практике

Вид практики: производственная (преддипломная)

Выполнил студент(ка): _____

Направление подготовки: 42.03.05 Медиакоммуникации,
направленность (профиль): «Продюсирование мультимедиа проектов»

№ группы _____

Место прохождения практики _____
полное название предприятия, адрес, телефон
_____

Период прохождения практики с «__»_____ 20__г. по «__»_____ 20__г

Руководитель практики от кафедры _____
_____
(фамилия, имя, отчество, ученая степень, ученое звание)

Руководитель практики от организации
(предприятия, учреждения) _____
_____
(фамилия, имя, отчество, должность)

Подпись студента(ки): _____
(подпись)

Дата сдачи отчета: _____

Отчет принят: _____

Оценка: _____ _____
(подпись)

Приложение 3

ОФОРМЛЕНИЕ СТУДЕНТА НА ПРАКТИКУ

Студент_____

Приказ о направлении на практику

№ ___ от «__» _____ 20__ г.

Срок практики

с «__»_____ 20__г. по «__»_____ 20__г

Место прохождения практики _____

(юридический адрес и полное наименование организации/предприятия)

_____

Руководитель практики от Института

_____

Инструктаж по технике безопасности:

- вводный_____ инженер по охране труда Юрова Н.В.

(должность, ФИО ответственного лица, подпись)

«____» _____ 20___г.

- первичный в организации (предприятии, учреждении)

_____

(должность, ФИО ответственного лица, подпись)

«____» _____ 20___г.

- повторный, связанный с переменой рабочего места

_____

(должность, ФИО ответственного лица, подпись)

«___» _____ 20___ г.

Прибыл в организацию (предприятие) «_____» _____ 20____г.

Выбыл из организации (предприятия) «_____» _____ 20____г.

СОГЛАСОВАНО:

Руководитель практики от организации (предприятия, учреждения)

_____

(должность, ФИО ответственного лица, подпись)

Приложение 4

РАБОЧИЙ ГРАФИК ПРОХОЖДЕНИЯ ПРАКТИКИ

Дата	Задание	Отметка о выполнении	Подпись
	Ознакомление с программой практики. Утверждение индивидуального плана студента на период практики. Изучение инструкции по охране труда и техники безопасности		
	Представление направления на практику в отдел кадров организации. Ознакомление с правилами внутреннего распорядка, прохождение инструктажа по технике безопасности, пожарной безопасности, охране труда.		
	Ознакомление с работой организации, ее основными целями и задачами, структура и функции различных подразделений. Ознакомление с работой подразделения, отвечающего за продюсирование мультимедиа контента		
	Ознакомление и участие в производственном процессе. Работа в команде над проектом по стадиям: разработка медиапроекта; продюсирование мультимедиа контента; менеджмент медиапроекта, анализ проекта и оценка эффективности.		
	Сбор и анализ информации. Разработка предложений для развития и улучшения медиапродукта. Сбор необходимых исследовательских данных для написания ВКР		
	Оформление отчета по итогам практики		

Руководитель практики – от АНО ВО Институт бизнеса и дизайна

_____ /_____/

(подпись) *(ФИО)*

«____» _____ 20___г.

Руководитель от _____

(организация)

_____ /_____/

(подпись) *(ФИО)*

«____» _____ 20___г.

Приложение 5

ИНДИВИДУАЛЬНОЕ ЗАДАНИЕ

на прохождение производственной (преддипломной) практики

Студент __ курса _____

(ФИО)

Направление подготовки: 42.03.05 Медиакоммуникации

Направленность (профиль): Продюсирование мультимедиа проектов

Период прохождения практики с «__» _____ 20__ г. по «__» _____ 20__ г.

№ п/п	Содержание индивидуального задания	Планируемые результаты*
1.	Ознакомление с правилами внутреннего распорядка, прохождение инструктажа по технике безопасности, пожарной безопасности, правилам оказания первой помощи, охране труда. Ознакомление с работой подразделения, отвечающего за продюсирование мультимедиа контента	Отметка в журнале организации о прохождении инструктажа, по технике безопасности, пожарной безопасности, охране труда, правилам оказания первой помощи. Собранный материал для формирования первой части отчета по практике и прохождения собеседования Сформированные компетенции, на уровне, предусмотренном программой преддипломной практики
2.	Ознакомление с целями, задачами и внутренними коммуникациями подразделения, в котором студент проходит практику.	Оформленная первая часть отчета по практике Сформированные компетенции, на уровне, предусмотренном программой преддипломной практики
3.	Ознакомление и участие в производственном процессе. Работа в команде над проектом по стадиям: разработка медиапроекта; продюсирование мультимедиа контента; менеджмент медиапроекта, анализ проекта и оценка эффективности.	Первая глава ВКР. (Обоснование актуальности темы исследования, определение цели, задач исследования, письменное изложение теоретической части). Сформированные компетенции, на уровне, предусмотренном программой преддипломной практики
4.	Разработка предложений для развития и улучшения медиапродукта.	Вторая часть отчета по практике. (Перечень обоснованных мероприятий с механизмом реализации и оценкой планируемых затрат и результатов для последующей работы над ВКР). Сформированные компетенции, на уровне, предусмотренном программой преддипломной практики
5.	Оформление отчета по итогам практики (систематизация, обработка и анализ полученной информации, подготовка и защита отчета по практике)	Письменный отчет по преддипломной практике, согласованный с руководителем практики Презентация и доклад. Сформированные компетенции, на уровне, предусмотренном программой преддипломной практики

** Раздел заполняется руководителем практики совместно со студентов с учетом темы выпускной квалификационной работы*

Руководитель практики от Института

_____ / _____ /

«____» _____ 20___г.

Руководитель практики от _____

_____ /_____/

(подпись) *(ФИО)*

«____» _____ 20___г.

Приложение 6

ОТЗЫВ-ХАРАКТЕРИСТИКА

Студент(ка) ___ курса факультета управления бизнесом АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна»

_____
(ФИО студента(ки))

с «__»_____20__г. по «__»_____20__г. прошел(ла) производственную (преддипломную) практику

в_____

В период практики выполнял (а) обязанности _____

_____

За время прохождения практики _____
(ФИО студента(ки))

показал(а) _____
(уровень теоретической подготовки, умение применить и использовать знания)

_____

_____

_____

_____

_____

_____

_____

_____

_____

Программа практики выполнена полностью, компетенции сформированы:

☐ в полной мере

☐ частично

☐ не сформированы.

В целом работа практиканта(ки) _____ выполнена
(ФИО студента(ки))

на должном профессиональном уровне и заслуживает оценки _____
(отлично, хорошо, удовлетворительно)

Руководитель от (организации) _____
(подпись, расшифровка подписи)

МП

Приложение 7

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ИНСТИТУТ БИЗНЕСА И ДИЗАЙНА»

ФАКУЛЬТЕТ УПРАВЛЕНИЯ БИЗНЕСОМ

Кафедра: Менеджмента и маркетинга
Направление подготовки: **42.03.05 Медиакоммуникации,**
Направленность (профиль): **Продюсирование мультимедиа проектов**
Форма обучения: **очная**
Курс __ Семестр ___
Студент(ка): _____
Группа _____
Производственная (преддипломная) практика
Место прохождения практики: _____
_____

ОТЗЫВ РУКОВОДИТЕЛЯ ПРАКТИКИ ОТ ИНСТИТУТА

_____
_____
_____
_____
_____
_____
_____
_____
_____
_____
_____
_____
_____
_____

1. ОЦЕНКА ОТЧЕТА ПО ПРАКТИКЕ

№	Критерии	**Соответствует требованиям** (соответствует/ частично соответствует/ не соответствует)
1.	Соответствие структуры отчета методическим указаниям	
2.	Точность формулировок цели и задач практики	
3.	Логичность и структурированность текста отчета, наличие всех структурных частей	

4.	Характеристика и анализ объекта исследования (предприятия, организации, учреждения - места практики)	
5.	Качество анализа и решения поставленных задач	
6.	Качество выбора методов решения, адекватность применяемых подходов (в том числе использование расчетных элементов)	
7.	Полнота и системность вносимых предложений по рассматриваемой проблеме	
8.	Актуальность использования источников и литературы (по теме и году издания)	
9.	Выполнение требований оформления отчета по практике (титульный лист, разметка страницы, размер шрифта, междустрочный интервал, ссылки на литературные источники, список литературы, приложения)	

2. ОЦЕНКА СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ

В результате прохождения производственной (преддипломной) практике, у обучающегося сформированы в необходимом объеме знания, умения и навыки по компетенциям УК-2, УК-3, УК-6, УК-8, ОПК-1, ОПК-2, ОПК-4, ОПК-5, ОПК-6, ОПК-7, ПК-1, ПК-2, ПК-3

Уровень сформированности _____
(низкий, средний, высокий)

3. ЗАКЛЮЧЕНИЕ РУКОВОДИТЕЛЯ ПО ПРАКТИКЕ ОТ ИНСТИТУТА

Отчет по производственной (преддипломной) практике студента (студентки) _____ допускается к защите

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

«___»_____20___г.

НАПРАВЛЕНИЕ НА ПРАКТИКУ

АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна» просит организовать прохождение в _____

(наименование организации)

с «__»_____ 20__г. по «__»_____ 20__г. производственной (преддипломной) практики по направлению подготовки 42.03.05 Медиакоммуникации, направленность (профиль): «Продюсирование мультимедиа проектов» студента(ки) ___ курса факультета управления бизнесом

_____

(ФИО студента)

По результатам практики просим выдать ему(ей) на руки отзыв-характеристику, заверенную печатью и подписью руководителя организации.

Декан факультета
управления бизнесом _____ Н.Е. Козырева

(подпись)

«___» _____ 20___г.

МП