

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б.Н. Ельцина»

УТВЕРЖДАЮ
Директор по образовательной деятельности
_____ С.Т.Князев
«__» _____ 20... г.

ПРОГРАММА ПРАКТИК
42.03.05/33.01

Перечень сведений о рабочей программе практик	Учетные данные
Образовательная программа 1. Медиакоммуникации и мультимедийные технологии	Код ОП 1. 42.03.05/33.01
Направление подготовки 1. Медиакоммуникации	Код направления и уровня подготовки 1. 42.03.05

Программа практик составлена авторами:

№ п/п	Фамилия Имя Отчество	Ученая степень, ученое звание	Должность	Подразделение
1	Волкоморов Владимир Александрович	кандидат филологических наук, без ученого звания	Доцент	медиакоммуникаций
2	Фаюстов Алексей Владимирович	без ученой степени, без ученого звания	Проректор по информационной политике	Ректорат

Согласовано:

Управление образовательных программ

Е.С. Комарова

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПРАКТИК

1.1. Аннотация программы практик

В ходе учебной практики студенты знакомятся с деятельностью предприятий сферы медиа, получают навыки профессиональной коммуникации в выбранной области, привлекаются организациями-базами практик к участию в существующих проектах или созданию новых. Целью производственной практики является получение практических навыков работы в выбранных организациях сферы медиа. Формируются навыки самостоятельной организации профессиональной деятельности, осуществление деятельности проходит под руководством опытных наставников – практикующих специалистов. В ходе преддипломной практики осуществляется сбор и подготовка материалов в соответствии с темой будущей выпускной квалификационной работы на примере работы базы практики – организации или ее подразделения, работающих непосредственно по профилю обучения и заявленной тематики ВКР.

1.2. Структура практик, их сроки и продолжительность

Таблица 1.

№ п/п	Виды и типы практик	Объем практик	
		в неделях	в з.е.
1.	Учебная практика		
1.1	Учебная практика, профессионально-ознакомительная	4	6
2.	Производственная практика		
2.1	Производственная практика, преддипломная практика	4	6
2.2	Производственная практика, профессионально-творческая	8	12
	Итого:	16	24

1.3. Базы практик, форма проведения практик

Таблица 2.

42.03.05/33.01 Медиакоммуникации и мультимедийные технологии

№ п/п	Виды и типы практик	Форма проведения практики	Базы практики
1.	Учебная практика		
1.1	Учебная практика, профессионально-ознакомительная	Путем чередования, дискретно	Практика проводится на основе договора(ов) в организации(ях), осуществляющей(щих)

			<p>деятельность по профилю образовательной программы.</p> <p>Практика проводится в структурных подразделениях университета.</p>
2.	Производственная практика		
2.1	Производственная практика, преддипломная практика	Путем чередования, дискретно	<p>Практика проводится на основе договора(ов) в организации(ях), осуществляющей(щих) деятельность по профилю образовательной программы.</p> <p>Практика проводится в структурных подразделениях университета.</p>
2.2	Производственная практика, профессионально-творческая	Путем чередования, дискретно	<p>Практика проводится на основе договора(ов) в организации(ях), осуществляющей(щих) деятельность по профилю образовательной программы.</p> <p>Практика проводится в структурных подразделениях университета.</p>

1.4. Процедура организации практик

Порядок планирования, организации и проведения практик, структура и форма документов по организации практик и их аттестации регулируется отдельным положением.

1.5. Перечень планируемых к формированию в процессе прохождения практик результатов освоения образовательной программы – компетенций

В результате освоения программ практик у обучающихся будут сформированы следующие компетенции:

Таблица 3.

42.03.05/33.01 Медиакоммуникации и мультимедийные технологии

№ п/п	Виды и типы практик	Компетенции
1.	Учебная практика	
1.1	Учебная практика, профессионально-ознакомительная	<p>ОПК-1 Способен анализировать и объяснять природу явлений и процессов, протекающих в сфере профессиональной деятельности на основе критериев научного знания с использованием различных методологических и теоретических подходов</p> <p>ОПК-2 Способен применять методы сбора, анализа и интерпретации данных и составлять и оформлять документы и отчеты по результатам профессиональной деятельности</p> <p>ОПК-3 Способен выявлять, концептуализировать и предлагать обоснованные решения проблем в профессиональной деятельности на основе знания научных теорий, концепций, подходов, в том числе обладающие инновационным потенциалом</p> <p>ОПК-4 Способен выполнять свои профессиональные функции в организациях различного типа, осознанно соблюдая организационные политики и процедуры</p> <p>ОПК-5 Способен к осуществлению внутриорганизационного, межведомственного и межсекторного взаимодействия с органами власти, коммерческими организациями и институтами гражданского общества, образовательными организациями, СМИ с учетом запросов клиентов, партнеров, других субъектов для эффективного решения профессиональных задач</p> <p>ОПК-6 Способен поддерживать уровень профессиональной культуры, соблюдать профессиональные этические нормы. Демонстрирует открытость в получении обратной связи о своей профессиональной деятельности, ее социальном эффекте и последствиях</p> <p>ПК-М Способность к приобретению новых, расширению и углублению полученных ранее знаний, умений и компетенций в различных областях жизнедеятельности, необходимых для успешной реализации в сфере профессиональной деятельности, в том числе на стыке разных направлений деятельности и областей наук</p> <p>ПК-1 Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем</p> <p>ПК-2 Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их</p>

		<p>разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах</p> <p>ПК-3 Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов</p> <p>ПК-4 Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности</p> <p>ПК-5 Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования</p> <p>ПК-6 Способен использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии</p> <p>ПК-7 Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности</p> <p>ПК-8 Способен участвовать в координации работы технических, управленческих, творческих подразделений организаций сферы медиа и их взаимодействия с внешней средой</p> <p>ПК-9 Способен участвовать в проектной деятельности по созданию концепций медиапроектов и их реализации</p> <p>2021 8106(1)</p> <p>ПК-ПО Способен решать задачи профессиональной деятельности в проектном формате для достижения заданной цели и создания уникального продукта, услуги или результата с заданным качеством в условиях ограниченности ресурсов (временных, финансовых, человеческих, информационных), осознавая свою роль и ответственность в проекте</p>
2.	Производственная практика	
2.1	Производственная практика, преддипломная практика	<p>ОПК-3 Способен выявлять, концептуализировать и предлагать обоснованные решения проблем в профессиональной деятельности на основе знания научных теорий, концепций, подходов, в том числе обладающие инновационным потенциалом</p> <p>ОПК-6 Способен поддерживать уровень профессиональной культуры, соблюдать профессиональные этические нормы. Демонстрирует открытость в получении обратной связи о своей</p>

		<p>профессиональной деятельности, ее социальном эффекте и последствиях</p> <p>ПК-М Способность к приобретению новых, расширению и углублению полученных ранее знаний, умений и компетенций в различных областях жизнедеятельности, необходимых для успешной реализации в сфере профессиональной деятельности, в том числе на стыке разных направлений деятельности и областей наук</p> <p>ПК-6 Способен использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии</p> <p>ПК-7 Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности</p> <p>ПК-8 Способен участвовать в координации работы технических, управленческих, творческих подразделений организаций сферы медиа и их взаимодействия с внешней средой</p> <p>ПК-9 Способен участвовать в проектной деятельности по созданию концепций медиапроектов и их реализации</p> <p>ПК-10 Способен осуществлять интеграцию/агрегацию контента, созданного различными работниками и представителями аудитории, сообразно информационным приоритетам компании с целью последующего обнародования</p> <p>ПК-11 Способен создавать, обрабатывать, компоновать и осуществлять распространение (размещение) информации посредством использования соответствующих технических средств в различных средах и на различных носителях и платформах</p> <p>ПК-12 Способен участвовать в планировании и создании интегрированных маркетингово-коммуникационных кампаний, применяющих мультимедийный и интерактивные средства</p> <p>ПК-13 Способен участвовать в проектировке информационных и программных продуктов, разработке их концепций, используя знания в области архитектуры программных продуктов, алгоритмов и принципов их создания</p> <p>2021 8106(1)</p> <p>ПК-ПО Способен решать задачи профессиональной деятельности в проектном формате для достижения заданной цели и создания уникального продукта, услуги или результата с заданным качеством в условиях ограниченности ресурсов (временных,</p>
--	--	--

		<p>финансовых, человеческих, информационных), осознавая свою роль и ответственность в проекте</p> <p>ПК-2 Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах</p>
2.2	Производственная практика, профессионально-творческая	<p>ОПК-1 Способен анализировать и объяснять природу явлений и процессов, протекающих в сфере профессиональной деятельности на основе критериев научного знания с использованием различных методологических и теоретических подходов</p> <p>ОПК-2 Способен применять методы сбора, анализа и интерпретации данных и составлять и оформлять документы и отчеты по результатам профессиональной деятельности</p> <p>ОПК-3 Способен выявлять, концептуализировать и предлагать обоснованные решения проблем в профессиональной деятельности на основе знания научных теорий, концепций, подходов, в том числе обладающие инновационным потенциалом</p> <p>ОПК-4 Способен выполнять свои профессиональные функции в организациях различного типа, осознанно соблюдая организационные политики и процедуры</p> <p>ОПК-5 Способен к осуществлению внутриорганизационного, межведомственного и межсекторного взаимодействия с органами власти, коммерческими организациями и институтами гражданского общества, образовательными организациями, СМИ с учетом запросов клиентов, партнеров, других субъектов для эффективного решения профессиональных задач</p> <p>ОПК-6 Способен поддерживать уровень профессиональной культуры, соблюдать профессиональные этические нормы. Демонстрирует открытость в получении обратной связи о своей профессиональной деятельности, ее социальном эффекте и последствиях</p> <p>ПК-М Способность к приобретению новых, расширению и углублению полученных ранее знаний, умений и компетенций в различных областях жизнедеятельности, необходимых для успешной реализации в сфере профессиональной деятельности, в том числе на стыке разных направлений деятельности и областей наук</p> <p>ПК-1 Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем</p>

		<p>ПК-2 Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах</p> <p>ПК-3 Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов</p> <p>ПК-4 Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности</p> <p>ПК-5 Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования</p> <p>ПК-6 Способен использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии</p> <p>ПК-7 Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности</p> <p>ПК-8 Способен участвовать в координации работы технических, управленческих, творческих подразделений организаций сферы медиа и их взаимодействия с внешней средой</p> <p>ПК-9 Способен участвовать в проектной деятельности по созданию концепций медиапроектов и их реализации</p> <p>ПК-10 Способен осуществлять интеграцию/агрегацию контента, созданного различными работниками и представителями аудитории, сообразно информационным приоритетам компании с целью последующего обнародования</p> <p>ПК-11 Способен создавать, обрабатывать, компоновать и осуществлять распространение (размещение) информации посредством использования соответствующих технических средств в различных средах и на различных носителях и платформах</p> <p>ПК-12 Способен участвовать в планировании и создании интегрированных маркетингово-коммуникационных кампаний, применяющих мультимедийный и интерактивные средства</p> <p>ПК-13 Способен участвовать в проектировке информационных и программных продуктов, разработке их концепций, используя знания в</p>
--	--	---

		<p>области архитектуры программных продуктов, алгоритмов и принципов их создания</p> <p>2021 8106(1)</p> <p>ПК-ПО Способен решать задачи профессиональной деятельности в проектном формате для достижения заданной цели и создания уникального продукта, услуги или результата с заданным качеством в условиях ограниченности ресурсов (временных, финансовых, человеческих, информационных), осознавая свою роль и ответственность в проекте</p>
--	--	---

2. СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИК

Таблица 4.

42.03.05/33.01 Медиакоммуникации и мультимедийные технологии

№ п/п	Виды и типы практик	Перечень видов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью, выполняемых в период прохождения практик
1.	Учебная практика	
1.1	Учебная практика, профессионально-ознакомительная	<p>Авторский: осуществление авторской деятельности с учетом специфики разных типов медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта</p> <p>Проектный: участие в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере медиакоммуникаций</p> <p>Маркетинговый: продвижение медиапроекта и (или) медиапродукта путем взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами с помощью различных каналов коммуникации</p> <p>Технологический: участие в производственном процессе выпуска медиапроекта и (или) медиапродукта с применением современных мультимедийных технологий</p>
2.	Производственная практика	

2.1	Производственная практика, преддипломная практика	<p>Авторский: осуществление авторской деятельности с учетом специфики разных типов медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта</p> <p>Маркетинговый: продвижение медиапроекта и (или) медиапродукта путем взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами с помощью различных каналов коммуникации</p> <p>Организационный: организация процесса создания медиапроекта и (или) медиапродукта</p> <p>Проектный: участие в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере медиакоммуникаций</p> <p>Редакторский: осуществление редакторской деятельности в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, стилями, технологическими требованиями разных типов медиа</p> <p>Технологический: участие в производственном процессе выпуска медиапроекта и (или) медиапродукта с применением современных мультимедийных технологий</p> <p>Деятельность в разных направлениях и областях наук</p>
2.2	Производственная практика, профессионально-творческая	<p>Авторский: осуществление авторской деятельности с учетом специфики разных типов медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта</p> <p>Деятельность в разных направлениях и областях наук</p> <p>Маркетинговый: продвижение медиапроекта и (или) медиапродукта путем взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами с помощью различных каналов коммуникации</p> <p>Организационный: организация процесса создания медиапроекта и (или) медиапродукта</p>

		<p>Проектный: участие в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере медиакоммуникаций</p> <p>Редакторский: осуществление редакторской деятельности в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, стилями, технологическими требованиями разных типов медиа</p> <p>Технологический: участие в производственном процессе выпуска медиапроекта и (или) медиапродукта с применением современных мультимедийных технологий</p>
--	--	---

3. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРАКТИК

42.03.05/33.01 Медиакоммуникации и мультимедийные технологии

Электронные ресурсы (издания)

Учебная практика

1. Олешко, Е. В., Лозовский, Б. Н.; Конвергентная журналистика: профессиональная культура субъектов информационной деятельности : учебное пособие.; ФЛИНТА, Москва; 2017; <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=482239> (Электронное издание)
2. Булатова, Э. В.; Стилистика текстов рекламного дискурса : [учебное пособие для студентов, обучающихся по программе бакалавриата по направлению подготовки 031300 "Журналистика"]; Издательство Уральского университета, Екатеринбург; 2012; <http://hdl.handle.net/10995/29138> (Электронное издание)
3. Третьякова, О. В.; Правовые основы журналистики : учебник.; Директ-Медиа, Москва, Берлин; 2021; <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=612950> (Электронное издание)
4. Судоргина, З., З.; Копирайтинг: тексты, которые продаются : практическое пособие.; Феникс, Ростов-на-Дону; 2014; <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=256458> (Электронное издание)
5. , Синяева, И. М.; Маркетинг PR и рекламы : учебник.; Юнити, Москва; 2015; <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114709> (Электронное издание)
6. , Никуличев, Ю. В., Бриггз, А., Кобли, П.; Медиа: введение : учебник.; Юнити, Москва; 2015; <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114784> (Электронное издание)
7. Клевцов, , П. Б.; Теория и история мировой культуры : учебное пособие.; Издательство СПбКО, Санкт-Петербург; 2008; <http://www.iprbookshop.ru/11263.html> (Электронное издание)
8. Смолина, , В. А.; SMM с нуля. Секреты продвижения в социальных сетях; Инфра-Инженерия, Москва; 2019; <http://www.iprbookshop.ru/86572.html> (Электронное издание)
9. Зарва, М. В.; Слово в эфире: о языке и стиле радиопередач. Произношение в радио- и телевизионной речи : справочное пособие : учебное пособие.; ФЛИНТА, Москва; 2017;

<https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=103500> (Электронное издание)

10. Назайкин, А. Н.; Эффективная продажа рекламы в интернете, прессе, на телевидении и радио: учебно-практическое пособие : учебное пособие.; СОЛОН-ПРЕСС, Москва; 2017; <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=488371> (Электронное издание)

11. Овруцкого, А. В., Пигулевского, В. О.; Визуальные коммуникации в рекламе и дизайне; Издательство «Гуманитарный Центр», Харьков; 2015; <http://www.iprbookshop.ru/110152.html> (Электронное издание)

12. Ларина, А. В.; Специальные виды маркетинговых коммуникаций : учебное пособие.; Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна, Санкт-Петербург; 2017; <http://www.iprbookshop.ru/102968.html> (Электронное издание)

13. Ткаченко, Н. В., Дмитриева, Л. М.; Креативная реклама: технологии проектирования : учебное пособие.; Юнити, Москва; 2015; <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114422> (Электронное издание)

Производственная практика

1. Олешко, Е. В., Лозовский, Б. Н.; Конвергентная журналистика: профессиональная культура субъектов информационной деятельности : учебное пособие.; ФЛИНТА, Москва; 2017; <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=482239> (Электронное издание)

2. Булатова, Э. В.; Стилистика текстов рекламного дискурса : [учебное пособие для студентов, обучающихся по программе бакалавриата по направлению подготовки 031300 "Журналистика"]; Издательство Уральского университета, Екатеринбург; 2012; <http://hdl.handle.net/10995/29138> (Электронное издание)

3. Арсеньев, Ю. Н.; Управление персоналом: Технологии : учебное пособие.; Юнити, Москва; 2015; <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114558> (Электронное издание)

4. Третьякова, О. В.; Правовые основы журналистики : учебник.; Директ-Медиа, Москва, Берлин; 2021; <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=612950> (Электронное издание)

5. Судоргина, З. З.; Копирайтинг: тексты, которые продаются : практическое пособие.; Феникс, Ростов-на-Дону; 2014; <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=256458> (Электронное издание)

6. Музыкант, В. Л.; Эффективный копирайтинг в системе бренд-коммуникаций (онлайн- и офлайн-среда) : монография.; Директ-Медиа, Москва, Берлин; 2019; <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=495064> (Электронное издание)

7. Калужский, М. Л.; Практический маркетинг : учебное пособие.; Директ-Медиа, Москва, Берлин; 2017; <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=456083> (Электронное издание)

8. Макки, Р. Р.; Сториномика: маркетинг, основанный на историях, в пострекламном мире : научно-популярное издание.; Альпина нон-фикшн, Москва; 2019; <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=570418> (Электронное издание)

9. Кириллова, Н. Б.; Менеджмент социокультурной сферы : учебное пособие для спо.; Профобразование, Уральский федеральный университет, Саратов, Екатеринбург; 2019; <http://www.iprbookshop.ru/87828.html> (Электронное издание)

10. Манн, И. Б.; 90 дней: простая техника, которая делает маркетинг максимально эффективным : практическое пособие.; СилаУма-Паблицер, Москва; 2017; <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=617177> (Электронное издание)

11. Синяева, И. М.; Маркетинг PR и рекламы : учебник.; Юнити, Москва; 2015; <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114709> (Электронное издание)

12. Назайкин, А. Н.; Современное медиапланирование: традиционные СМИ, а также реклама в интернете (медийная и контекстная) : учебное пособие.; СОЛОН-ПРЕСС, Москва; 2016; <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=488373> (Электронное издание)

13. Кильмашкина, Т. Н.; Конфликтология: социальные конфликты : учебник.; Юнити, Москва; 2015; <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=115392> (Электронное издание)

14. Чумиков, А. Н.; Имидж – репутация – бренд: традиционные подходы и новые технологии : сборник научных трудов.; Директ-Медиа, Москва, Берлин; 2015; <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=375635> (Электронное издание)

15. Смолина, В. А.; SMM с нуля. Секреты продвижения в социальных сетях; Инфра-Инженерия, Москва; 2019; <http://www.iprbookshop.ru/86572.html> (Электронное издание)

16. Зарва, М. В.; Слово в эфире: о языке и стиле радиопередач. Произношение в радио- и телевизионной речи : справочное пособие : учебное пособие.; ФЛИНТА, Москва; 2017; <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=103500> (Электронное издание)

17. Бормотов, Р. И.; Радио в современных PR технологиях : монография.; Лаборатория книги, Москва; 2012; <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=140815> (Электронное издание)

18. Птушко, Л. А.; Основы драматургии музыкальных программ ТВ, радио : учебное пособие для студентов музыкальных вузов.; Нижегородская государственная консерватория (академия) им. М.И. Глинки, Нижний Новгород; 2013; <http://www.iprbookshop.ru/23655.html> (Электронное издание)

19. Овруцкого, А. В., Пигулевского, В. О.; Визуальные коммуникации в рекламе и дизайне; Издательство «Гуманитарный Центр», Харьков; 2015; <http://www.iprbookshop.ru/110152.html> (Электронное издание)

20. Ларина, А. В.; Специальные виды маркетинговых коммуникаций : учебное пособие.; Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна, Санкт-Петербург; 2017; <http://www.iprbookshop.ru/102968.html> (Электронное издание)

Печатные издания

Учебная практика

1. Лазутина, Г. В.; Жанры журналистского творчества : [учеб. пособие для вузов по направлению 030600 "Журналистика" и специальности 030601 "Журналистика"].; Аспект Пресс, Москва; 2012 (10 экз.)

2. Гуревич, С. М.; Экономика отечественных СМИ : [учеб. пособие для вузов по направлению 520600 и специальности 021400 "Журналистика"].; Аспект-Пресс, Москва; 2009 (18 экз.)

3. Амзин, А. А.; Новостная интернет-журналистика : учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по направлению подгот. ВПО "Журналистика" и специальности 030601 "Журналистика" для ГОС-2 и направлению подгот. ВПО 031300 "Журналистика" для ФГОС.; Аспект Пресс, Москва; 2012 (10 экз.)

4. Майданова, Л. М.; Практическая стилистика жанров СМИ : учебное пособие.; [Гуманитарный ун-т], Екатеринбург; 2006 (387 экз.)

5. Погорельный, Ю. А.; Технология новостей от Интерфакса : [учебное пособие для вузов по направлению 030600 "Журналистика" и специальности 030601 "Журналистика"].; Аспект Пресс, Москва; 2013 (3 экз.)

6. Бердышев, С. Н.; Рекламный текст. Методика составления и оформления; Дашков и К, Москва; 2012 (2 экз.)

7. Медведев, П. М.; Организация маркетинговой службы с нуля. Бизнес-процессы в маркетинговой деятельности. Постановка задач и методы оценки работы маркетологов. Организация взаимодействия со смежными службами; Питер, Москва ; СПб. ; Нижний Новгород [и др.]; 2005 (1 экз.)

8. Щербаков, С. А.; Партизанский маркетинг в социальных сетях. Инструкция по эксплуатации SMM-менеджера; Питер, Санкт-Петербург; 2015 (1 экз.)

Производственная практика

1. Лазутина, Г. В.; Жанры журналистского творчества : [учеб. пособие для вузов по направлению 030600 "Журналистика" и специальности 030601 "Журналистика"].; Аспект Пресс, Москва; 2012 (10 экз.)

2. Осовицкая, Н.; HR-брендинг. Управление талантами, онлайн-обучение, геймификация и еще 15 эффективных практик; Питер, Санкт-Петербург [и др.]; 2014 (3 экз.)

3. Гуревич, С. М.; Экономика отечественных СМИ : [учеб. пособие для вузов по направлению 520600 и специальности 021400 "Журналистика"].; Аспект-Пресс, Москва; 2009 (18 экз.)

4. Кемарская, И. Н.; Телевизионный редактор : [учеб. пособие для вузов].; Аспект Пресс, Москва; 2009 (11 экз.)
5. Майданова, Л. М.; Практическая стилистика жанров СМИ : учебное пособие.; [Гуманитарный ун-т], Екатеринбург; 2006 (387 экз.)
6. , Погорельский, Ю. А.; Технология новостей от Интерфакса : [учебное пособие для вузов по направлению 030600 "Журналистика" и специальности 030601 "Журналистика".]; Аспект Пресс, Москва; 2013 (3 экз.)
7. , Никифоров, Г., Дмитриева, М., Снетков, В.; Практикум по психологии профессиональной деятельности и менеджмента : [Учеб. пособие].; Питер, Санкт-Петербург; 2001 (3 экз.)
8. Почебут, Л. Г.; Организационная социальная психология : [учеб. пособие].; Речь, Санкт-Петербург; 2002 (1 экз.)
9. Бердышев, С. Н.; Рекламный текст. Методика составления и оформления; Дашков и К, Москва; 2012 (2 экз.)
10. Колесников, А. В.; Спичрайтеры. Хроника профессии, сочинявшей и изменявшей мир; АСТ, Москва; [2008] (1 экз.)
11. Валладарес, Дж. А., Джун А., Жильцов, С.; Ремесло копирайтинга; Питер, Санкт-Петербург [и др.]; 2005 (6 экз.)
12. Траут, Траут Дж.; В поисках очевидного. Как избавиться от хаоса в маркетинге и бизнес-стратегии; Питер, Москва ; Санкт-Петербург ; Нижний Новгород [и др.]; 2010 (1 экз.)
13. Медведев, П. М.; Организация маркетинговой службы с нуля. Бизнес-процессы в маркетинговой деятельности. Постановка задач и методы оценки работы маркетологов. Организация взаимодействия со смежными службами; Питер, Москва ; СПб. ; Нижний Новгород [и др.]; 2005 (1 экз.)
14. Коновалов, А. В.; Маленькие секреты большого шоу-бизнеса. Продвижение артиста на музыкальном рынке России; Питер, Санкт-Петербург [и др.]; 2005 (2 экз.)
15. Сумская, А. С.; Продюсирование в студии продакшн. Краткий курс истории продюсирования в кино и на телевидении : [учебно-методическое пособие для вузов по направлению подготовки 42.03.02 "Журналистика".]; Издательство Уральского университета, Екатеринбург; 2018 (15 экз.)
16. Назайкин, А.; Медиапланирование на 100%; Альпина Бизнес Букс, Москва; 2005 (3 экз.)
17. Бузин, В. Н., Бузина, Т. С.; Медиапланирование. Теория и практика : учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям "Реклама", "Маркетинг", "Психология", "Социология", "Журналистика".; ЮНИТИ, Москва; 2010 (1 экз.)
18. Сальникова, Л. С.; Репутация в российском бизнесе: технологии создания и укрепления; Вершина, Москва; 2008 (17 экз.)
19. Голомбински, К., Римицан, Н.; Добавь воздуха! Основы визуального дизайна для графики, веб и мультимедиа; Питер, Санкт-Петербург [и др.]; 2013 (2 экз.)
20. Осовицкая, Н.; HR-брендинг. Управление талантами, онлайн-обучение, геймификация и еще 15 эффективных практик; Питер, Санкт-Петербург [и др.]; 2014 (3 экз.)
21. Крам, Р., Сивченко, О.; Инфографика. Визуальное представление данных; Питер, Санкт-Петербург; 2015 (1 экз.)
22. Пронин, С. Г.; Рекламисту о дизайне. Дизайнеру о рекламе; Бератор, Москва; 2004 (13 экз.)
23. Байрон, Д. Л., Брубек, С., Маккавеев, С.; Блоги и бизнес. Путь к успеху; Символ-Плюс, Санкт-Петербург ; Москва; 2008 (1 экз.)
24. Назимко, А. Е.; Событийный маркетинг: руководство для заказчиков и исполнителей; Вершина, Москва; 2007 (7 экз.)

Профессиональные базы данных, информационно-справочные системы

Учебная практика

1. ЭБС «Университетская библиотека онлайн» <http://biblioclub.ru/>
2. ЭБС IPR Books <https://www.iprbookshop.ru>

Производственная практика

1. ЭБС «Университетская библиотека онлайн» <http://biblioclub.ru/>
2. ЭБС IPR Books <https://www.iprbookshop.ru>

Материалы для лиц с ОВЗ

Весь контент ЭБС представлен в виде файлов специального формата для воспроизведения синтезатором речи, а также в тестовом виде, пригодном для прочтения с использованием экранной лупы и настройкой контрастности.

Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы

Учебная практика

ООО Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU <http://elibrary.ru/>
Научная электронная библиотека «КиберЛенинка» <https://cyberleninka.ru/>
Справочная правовая система КонсультантПлюс <http://www.consultant.ru/>
Правила русского языка <https://best-language.ru/>
Все о рекламе, маркетинге и PR <http://www.advertology.ru/>

Производственная практика

ООО Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU <http://elibrary.ru/>
Научная электронная библиотека «КиберЛенинка» <https://cyberleninka.ru/>
Справочная правовая система КонсультантПлюс <http://www.consultant.ru/>
Свод правил русского языка <https://therules.ru/>
Все о рекламе, маркетинге и PR <http://www.advertology.ru/>
Портал для организаторов мероприятий <https://event.ru/>
Сайт для фотографов <https://www.photographer.ru/>
Журнал о фотографии <http://fototips.ru/>

4. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРАКТИК

Таблица 5

42.03.05/33.01 Медиакоммуникации и мультимедийные технологии

№ п/п	Вид практики	Оснащенность организаций, предоставляющих места практики, оборудованием и техническими средствами обучения	Перечень лицензионного программного обеспечения. Реквизиты подтверждающего документа
----------	--------------	--	--

1.	Учебная практика	<p>Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов</p> <p>Персональные компьютеры по количеству обучающихся</p> <p>Подключение к сети</p> <p>Интернет</p>	<p>Office Professional 2003</p> <p>Win32 Russian CD-ROM</p> <p>Adobe Acrobat Professional</p> <p>2017 Multiple Platforms</p> <p>Office 365 EDUA3 ShrdSvr</p> <p>ALNG SubsVL MVL PerUsr</p> <p>B Faculty EES</p> <p>Google Chrome, Mozilla</p> <p>Firefox</p>
2.	Производственная практика	<p>Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов</p> <p>Персональные компьютеры по количеству обучающихся</p> <p>Подключение к сети</p> <p>Интернет</p>	<p>Adobe Premiere Pro CS6</p> <p>Office Professional 2003</p> <p>Win32 Russian CD-ROM</p> <p>Adobe Acrobat Professional</p> <p>2017 Multiple Platforms</p> <p>Office 365 EDUA3 ShrdSvr</p> <p>ALNG SubsVL MVL PerUsr</p> <p>B Faculty EES</p> <p>Google Chrome, Mozilla</p> <p>Firefox</p>