

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ, НАУКИ И МОЛОДЁЖНОЙ  
ПОЛИТИКИ КЫРГЫЗСКОЙ РЕСПУБЛИКИ**

**КЫРГЫЗСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ  
УНИВЕРСИТЕТ им. РАЗЗАКОВА**

**ТОКМОКСКИЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ ИНСТИТУТ**

*Кафедра « Гуманитарные науки »*

**МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ  
ПО УЧЕБНО-ОЗНАКОМИТЕЛЬНОЙ  
ПРАКТИКЕ ДЛЯ СТУДЕНТОВ II КУРСА СПЕЦИАЛЬНОСТИ  
5206001 «ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ЖУРНАЛИСТИКА И РЕКЛАМА»**

**Бишкек- 2006**

Рассмотрено  
на заседании  
кафедры «Гуманитарные науки»  
протокол № «7» от 13.03. 2006г.

Одобрено  
методической комиссией  
ТТИ КГТУ им. Раззакова  
протокол № «6» от 29.03.2006г .

УДК 070  
ББК 63.3 В18

Составитель: доц. АСАНКУЛОВА С.С.

Методические указания по учебно-ознакомительной практике для студентов II курса специальности 5206001 «Экономическая журналистика и реклама» /КГТУ им. И.Раззакова; -Б.: ИЦ «Техник»; 2006-16с.

Методические указания предназначены для прохождения учебно-ознакомительной практики по специальности 600520.02 «Экономическая журналистика и рекламы». В ней представлены цели и задачи практики, общие организационные вопросы и план прохождения учебно-ознакомительной практики.

Методическое указание является ориентиром в обработке и анализе отчета практики. Студентам предлагается краткое содержание основных разделов журналистской деятельности.

В целом практика направлена для закрепления теоретического материала в практической сфере журналистской деятельности.

Рецензент : Бостонова П.З.

## Введение

Учебно-ознакомительную практику студентов - журналистов необходимо рассматривать с трех позиций:

- ✓ с позиции отдельной личности — это процесс передачи потребителю знаний, умений и навыков общеобразовательного и профессионального характера, необходимых для будущих) специалистов удовлетворения его личных потребностей в приобретении профессии, саморазвитии и самоутверждении осуществляемый в тесном контакте с различными видами практик по установленной форме и программе.
- ✓ с позиции вуза — это процесс профессиональной подготовки (повышение квалификации, переподготовки) кадров, необходимой для обеспечения его работоспособности и развития в постоянно изменяющихся рыночных условиях:
- ✓ с позиции государства подготовка специалистов это процесс, обеспечивающий расширенное воспроизводство совокупного личностного и интеллектуального потенциала общества.

Назовем основные характеристики «нового журнализма», журнализма информационной эры.

- Журнализм превращается в глобальную деятельность, не имеющую пространственных и временных границ.
- Журнализм подчинен и не все нерасчлененного информационного потока. циркулирующего в глобальных сетях, становится органично вплетенным другие типы информации (рекламной. научной, деловой, политической художественной. личной и т.д.).
- Становится супероперативным, когда сообщение и восприятие сообщения могут совпадать во времени.
- Журнализм характеризуется универсальностью, полифункциональностью) способностью выполнять любые роли и удовлетворять разнообразные потребности и интересы аудитории — от информационных и просветительских до развлекательных и рекламных. В то же время он все более специализируется (диверсифицируется), в связи с многообразными интересами разных групп аудитории.
- Главный журнализм приобретает черты массовой культуры , хотя одновременно может поставлять информацию и взаимодействовать со специальными, в том числе элитарными группами
- Журнализм стандартизуется, шаблонизируется, подчиняясь массовому стерео типизированному информационному продукту, циркулирующему в сетях. Однако он имеет тенденцию стать еще более креативной творческой профессией поскольку возможности для проявления творчества в условиях глобального сетевого общения весьма велики.
- Журнализм становится анализирующим объединяющим разные способы представления и формации: текст, графика, цвет, динамическое изображение. звук и т.п. Особой чертой журнализма является его разностильность, разнохарактерность, разноплановость.
- Новый журнализм характеризуется интерактивностью, когда журналист может общаться со всей аудиторией в режиме непосредственного диалога.
- Журнализм становится саморегулируемым, ибо по каналам обратной связи немедленно получает рекламации на свои публикации и постоянно корректирует их в зависимости от реакции потребителей информационного продукта.

- Информация как продукт журнализма все больше приобретает свойства товара или услуги наряду с другими видами услуг, предоставляемых глобальными сетями.
- Необыкновенно расширяются границы и возможности получения журналистом информации по глобальным сетям для осмысления, обобщения и передачи аудитории. Но в этой связи журнализм превращается в информационно-вторичной, поскольку интернет –источники нередко вытесняют непосредственное знакомство с объектом. прямое наблюдение ситуации, общение с участниками на месте события.
- Усиливаются его возможности к манипулированию общественным мнением. к давлению на аудитории при помощи информационных технологий. Одновременно свобода выбора информации в электронных сетях дает возможность аудитории противостоять информационному диктату.
- Журнализм становится все более толерантным, терпимым к разным позициям, циркулирующим в сетях. В то же время у журналистов есть возможности содействовать высоким просветительским идеалам, быть полпредами высших гуманистических ценностей, адресоваться к духовной сфере людей.
- Журнализм содействует интеграции народов, интенсификации культурных и личных связей, консолидации людей. и в этом смысле важным фактором формирования цивилизации.

**Вывод.** Колоссально повышается роль журналистской профессии, созидающей информацию и ответственной за нее, поскольку планета и ее информационное поле не должны заполняться «грязной» деструктивной. отрицательной информацией. Качество информации становится глобальной экологической проблемой и основой, устойчивого развития цивилизации.

Базой становления профессиональным журналистам является прохождение учебно-ознакомительной практики вуза.

## **ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ПРАКТИКИ**

Цели и задачи учебно-ознакомительной практики является знакомство студентами с условиями работы журналистов. с технологией сбора и обработки информации.

В связи с этим. задачами практики являются:

- овладение практическими навыками, выполнение различных видов работы:
- выявление творческого потенциала студента, его индивидуальных способностей и склонностей и уровень выполнения предлагаемых ему участков работы
- умение собрать эмпирический информационный материал и обработать и подать в виде статей, отчетов, интервью и т.д.;
- умение работать в творческом журналистском коллективе.

### **Общие организационные вопросы**

Общее учебно-методическое руководство практикой осуществляется заведующим кафедрой.

Непосредственное руководство практикой студентов на отдельных СМИ - предприятиях, редакциях, учреждениях, организациях осуществляются:

- руководителем практики от института (членами кафедры)
- руководителем практики от организации (руководителя отдела редакций или квалифицированный специалист)

### **ПАМЯТКА РУКОВОДИТЕЛЮ**

1. Потребовать представления удостоверения и программы практики.
2. Сделать в удостоверении отметку о времени прибытия студента на практику.
3. На основании программы практики составить с участием студента календарный план практики. провести инструктаж по технике безопасности и санитарии.
4. В процессе прохождения студентом практики наблюдать за качественной проработкой программы, за систематическим, аккуратным и содержательным ведением дневника.
5. Желательно руководителю учреждения включить практиканта в общий список журналистских работников для общего табельного учета работы практиканта. провести передвижению по рабочим местам (2-3 места).

По окончании практики:

- а) просмотреть. внести свои замечания и завизировать отчет студента о пройденной практике:
- б) составить характеристику о работе студента на предприятии, в хозяйстве. Характеристика подписывается руководителем СМИ-предприятия.
- в) отметить в удостоверении время откомандирования студента с практики с указанием числа пропущенных дней по уважительной и неуважительной причинам.

### **ОТЧЕТ ПО УЧЕБНО-ОЗНАКОМИТЕЛЬНОЙ ПРАКТИКЕ**

1. Составляется студентом в период его пребывания на предприятиях различных

- типов СМИ, рассматривается руководителем учебно-ознакомительной практики, выделенным от предприятия.
2. Студент обязан сдать отчет об учебно-ознакомительной практике не позднее одной недели после начала учебы в институте.
  3. Кафедра должна принять отчеты по учебно-ознакомительной практике в течение трех недель после начала учебных занятий.

#### **Обязанности руководителя кафедры:**

- ❖ руководство занимается распределением и размещением практикантов по местам практики;
- ❖ полная консультация по всем аспектам организации и проведения практики;
- ❖ обеспечение студентов дневниками, программами практики и индивидуальными заданиями;
- ❖ контроль за выполнением программы практики, ведением дневника, сбором данных и составлением отчета по практике;
- ❖ принятие мер по устранению недостатков и нарушений, которые могут возникнуть в процессе прохождения практики;
- ❖ принятие защиты отчета студента по практике.

#### **Обязанности руководителя от места практики:**

- ❖ организация прохождения практики студентов в соответствии с утвержденным контрактом;
- ❖ распределение студентов по отделам на месте практики, загрузка их конкретной работой в соответствии с темой практики, обеспечение нормальных условий работы;
- ❖ контроль за повседневной работой и дисциплине труда студентов, организация консультаций и обеспечение участия студентов в общественной жизни коллектива закрепленной организации;
- ❖ контроль за повседневным ведением дневника и содержанием отчета о практике и написание отзыва о работе каждого конкретного студента.

Руководители практики от института и от производства согласовывают между собой действия о руководстве практикой.

#### **Обязанности студента:**

- выполнить в полном объеме программу практики;
- соблюдать правила внутреннего распорядка хозяйствующего субъекта;
- изучить и строго соблюдать правила охраны труда, техники безопасности и производственной санитарии, действующие в данной организации;
- нести ответственность за качество и результаты работы наравне со штатными Работниками;
- систематически вести дневник с записью в нем необходимых данных о содержании практики;
- предоставить руководителям практики письменный отчет о проделанной работе за время практики и выполнении индивидуальных заданий и защищать их;
- принимать активное участие в общественно-политической жизни журналистского коллектива, проявляя ответственность и творческую инициативу.

В дни практики входит — время на оформление отчета, прохождения инструктаж то технике безопасности и ухода с практики.

## **Методические указания по прохождению учебно-ознакомительной практики**

В целях своевременного и полного выполнения программы практики необходимо строго придерживаться следующих основных принципов организации труда:

- переход от одного участка (раздела) практической подготовки к другому должен осуществляться в те сроки и в той логической последовательности, которая вытекает из графика практики;
- работа в отделе организации или издательства предприятия или над разделом программы практики должна начинаться с общего ознакомления с данным отчетом (разделом) имеющимся методическими и инструктивными материалами, а затем с отчетно-оперативной информации отдела;
- в период прохождения практики все виды работ необходимо выполнять последовательно, аккуратно и полно, сразу собирать, обрабатывать и оформлять необходимые практические материалы для соответствующих разделов курсовой работы (таблицы, графики, схемы, планы, формы);
- в период практики студент должен использовать теоретические знания и постоянно обращаться к учебникам, учебным пособиям, критически сверять практику с теорией;
- к сбору необходимого материала для курсовой работы рекомендуется приступать сразу и продолжать в течение прохождения практики;
- практикант должен помнить, что полученные знания, собранные материалы нужны не только для отчета, но и для последующей практической деятельности, особенно на последующих курсах при написании курсовых работ (необходимо сохранять копии отчета).

### **Общие требования к оформлению и защите отчета**

По окончании практики студент должен в трехдневный срок представить на кафедру:

1. Аккуратно заполненный и оформленный дневник прохождения практики с заключением и характеристикой руководителя от места практики (подписанный и заверенный печатью).
2. В написанном и оформленном отчете о практике должны найти отражения все разделы пройденной практики с приложением необходимых документов, расчетов. Отчет должен быть написан своими словами в виде подробного описания соответствующих разделов программы практики. Отчет по разделам подтверждается опубликованными самостоятельными статьями в редакциях газет. Результатом статистического и оперативного учета и отчетности и использование других информационных материалов является материалы интервью, журналистские расследования и фотоматериалы. В описанной части отчета должно быть указано, на основе каких исходных данных составлен отчет, как определялись показатели документа и для каких целей этот документ используется (формы, схемы, таблицы, в счет таблицы текста отчета не исходят).
3. Заключение к отчету, в котором практикант, исходя из теоретических знаний и приобретенного опыта, излагает, что он усвоил, какие практические навыки получил и что может предложить для повышения эффективности этого или другого подразделения или учета работы на издательстве. Отчет должен быть заверен (подписан) руководителем организации или издательства.

Отчет по практике принимается комиссией кафедры (факультета) и оценивается по бальной системе.

Студенты, не выполнившие программы практики, получившие отрицательный отзыв по практике или получившие неудовлетворительные оценки при защите отчета направляются повторно на практику или отчисляются из института.

### **Примечание**

1. Все вопросы, отраженные в календарно-тематическом плане, должны быть выполнены только, в пределах действия нормативных документов Кыргызской Республики.
2. Изменения календарно-тематического плана должны быть согласованы с руководителем практики от института.

В ходе прохождения учебной практики студент выполняет работу связанную с хозяйственно-управленческой деятельностью полиграфического предприятия или издательства:

1. Ознакомление с историей и структурой издательства.

История развития данного издательства. Основные направления деятельности издательства. Целевые функции издательства. Основные этапы становления издательства. Современное состояние и тенденции развития издательства.

2. Ознакомление с нормативными документами, регламентирующими работу издательства (организации, учреждения).

Положение о работе издательства, организации, учреждения. Закон и нормативные акты, регламентирующие его деятельность. Устав предприятия и учредительные договора.

3. Организационная структура издательства (организации, учреждении) и его материально-техническая база.

Структурная схема издательства. Построение учетно-аналитических служб и их функции. Последовательность технологических процессов, их влияние на организацию производства. Материально-техническая база предприятия. Материально-техническая база производства. Сбыт и продвижение продукции. Контроль над сбытом продукции СМИ.

4. Организация производства и общая характеристика производства (финансово-экономическая деятельность).

Характеристика основных структурных разделов издательства. Техническая структура издательства и его подразделения. Организация деятельности СМИ как производство, его планирование и работа журналистского коллектива издательства. Построение учетно-аналитических служб. Функция учетно-аналитических служб. Организация финансового и управленческого учета. Ознакомление с нормативной базой организация учета затрат на СМИ-предприятии (финансовый план, смета затрат, плановые нормы затрат по выпуску продукции СМИ, расценки и объем тиража). Факторы развития продуктивности, и снижения издержек СМИ-предприятия.

5. Ознакомление с методикой определения расчета важнейших показателей производственной деятельности СМИ-предприятия и динамика их развития за последние два года.

Основные показатели производственной деятельности издательства и динамика их развития за последние два года. Показатели выпуска продукции. Показатели эффективного использования основного и оборотного капитала.



- Показатели использования технических и трудовых ресурсов издательства.  
Оценка показателей финансового состояния издательства.
6. Регистры и формы ведения учета. Формы учета СМИ-предприятия. Учетные регистры различных типов СМИ: журналы, карточки учета, книги и т.д. Журнально-организационная форма учета. Автоматизированная форма финансового учета деятельности СМИ-предприятия.
  7. Организация труда СМИ-предприятий. Производительность, эффективность труда коллектива журналистов. Организация трудовых процессов. Нормирование и условие труда. Доходы и оплата труда журналиста в редакции. Социальное положение трудового коллектива. Управление труда на СМИ-предприятиях.
  8. Финансовый и экономический учет. Организация финансового учета финансово-экономическая политика СМИ-предприятия. Финансовая отчетность: техника составления расчета объема стоимости одного экземпляра газеты.
  9. Организация маркетинговой службы СМИ-предприятия и использование рекламы в системе маркетинга. Маркетинговая стратегия СМИ-предприятия. Исследования рынка СМИ. Политика цен на различные типографические услуги. Организация и деятельность маркетинговой службы СМИ-предприятия. Реклама в системе маркетинга.
  10. Техническое оснащение СМИ-предприятия. Состав технических средств редакции. Применение компьютерных технологий. Автоматизированные рабочие места. Электронная почта.
  11. Система управления в редакции. Цели и задачи управления в редакции. Принципы управления. Организация работы СМИ-предприятия. Система коммуникаций. Стратегическое и текущее планирование. Создание системы мотивации труда. Организация контроля за деятельностью технического персонала. Кадровая политика, ее планирование и стратегия

### **Формы и методы изучения аудитории СМИ**

Главным звеном в прохождении практики является попытка набора опыта студентам в работе с письмами в редакции.

**Анализ редакционной почты.** Редакционная почта может рассматриваться важный компонент редакционной и журналистской деятельности и как источник (письмо человеческий документ) информации об аудитории, общественном мнении отдельных групп или даже общества в целом.

Отечественное радио имеет богатейший опыт работы с письмами. Редакции всегда вели их строгий учет, контроль и регистрацию. Многообразны были способы использования корреспонденции: обращения редакции разного рода учреждения, хозяйства, просьбы, предложения, советы, информация; использование писем в качестве источника тем, фактов, проблем; прямое включение их в эфирные программы (передачи по письмам). Очевидно, что СМИ (и радио в том числе) выполняли функции и других социальных институтов, но таковы была особенность отечественных СМИ и отношений с аудиторией.

В середине 80-х годов почта Всесоюзного радио исчислялось сотнями тысяч писем в год. Позже она стала значительно беднее. Но и на рубеже XX и XXI вв. связывалась традиция. Редакционная почта оставалась огромным информационным богатством. При этом возникает две проблемы: классификация писем и

представительность авторов. Без их разрешения сложно раскрыть потенциал редакционной почты, сделать точные выводы и заключения из знакомства с огромным количеством разнородных и разнохарактерных текстов, содержащихся в почтовых конвертах.

При классификации писем учитывается ряд таких параметров, как их автор, тематика, география и т.д. Эти и другие данные некоторые редакции заносят компьютер, тем самым накапливая сведения об аудитории. Письма могут быть отнесены к той или иной группе.

- по характеру сообщаемых фактов: объективного характера и субъективного мнения (оценки, представления, настроения);
- по характеру целей обращения; личные, государственные общественные смешанные;
- по непосредственному поводу обращения: «Ситуационные» — по общей ситуации в стране, обществе; вызванные «отклики» на передачи (часто журналисты непосредственно обращаются к ним, не редко их требует сам характер передач — конкурсы, викторины);
- по знаку, содержащийся в письме информации: положительная (позитивная), негативная, сбалансированная (смешанная), беззнаковой окраски.

Каждая редакция имеет свои основания классификации почты, например, по отношению к политической обстановки, крупным политическим акциям, лидерам или по отношению к определенным товарам, услугам (в коммерческом вещании). Наконец, что может быть, особенно важно для журналистов, - по характеру предполагаемой реакции на письмо (будет использовано в передаче, передано в другие учреждения, принято к сведению).

Работа с письмами является показателем эффективности, популярности газеты; изучить редакционную почту — значит изучить свою аудиторию. Ориентация на письма может привести к неверным представлениям об аудитории. Во-первых, их авторы составляют лишь небольшую часть аудитории, а иногда и вовсе не входят в нее. Одной из исследований городской аудитории показало, что только около 3% опрошенных посылали когда-либо письма в редакцию. Во-вторых. Письма в редакцию - явление специфическое их авторы — фигуры, отличные от массового читателя. И, наконец, многообразие, зачастую полярность мнений, высказываемых в письмах лишнее доказательство относительной ценности почты, как канала обратной связи. Важно найти золотую середину, наметить концепцию и опробовать такой аппарат анализа, который помог бы устойчиво извлекать дополнительную информацию из редакционной почты. Прежде всего изучаются социально-демографические параметры авторов писем. Письмо в редакцию — это социальный и социально-психологический акт. Характеризующий личность автора. Важно найти связи между этими характеристиками, выделить основополагающие признаки и создать возможную типологию.

Для того, чтоб подтвердить верность своих предположений журналисты прибегают помощи интервью или анкеты с авторами писем (по определенной выборке).

Интересно выяснить, чем отличается пишущие в редакцию от остальных читателей: это можно узнавать при сопоставлении структуру аудитории с составом авторов редакционной почты. Обычный прием при изучении этого вопроса — непременно использование контрольных групп («не авторы»).

При работе с письмами представление об аудитории будет правильным, если будут выполнены 3 условия:

1. необходимо изучать большой объем писем;
2. письма надо исследовать непрерывно на протяжении ряда лет;

3. их анализ должен идти по строго разработанной программе, корректными научными методами.

### **Анализ содержания звонков в редакцию**

Звонок в редакцию своего рода поступок: телефон доступен далеко не всем группам аудитории, тем более не всем регионам; современно массовая телефонная связь оставляет желать лучшего. И в то же время возможность связи для состоятельных людей за последнее время значительно расширились.

Обзор телефонных разговоров и их анализ позволяет получить представление об их симпатиях и антипатиях по широкому кругу вопросов. Здесь могут изучаться психологические особенности восприятия информационного текста (внимание, Воображение, память и т.д.), социально-психологические (влияние групповых норм и ценностей на восприятие информации, стереотипы), социологические (структура аудитории, ее ожидание, требование, запросы, интересы).

СМИ являясь социальными институтами, непрерывно изменяются и развиваются вместе с изменением и развитием общества. Поэтому при изучении их обязательен методологический принцип рассмотрения любого явления его развития и преемственности, т.е. историзм и принцип научного изучения аудитории.

В ходе практики студентам предлагается сделать анализ работы с письмами в редакции по следующей таблице.

*Таблица № 1.*

### **Работа с письмами в редакции**

Количество писем, звонков, e-mail сообщения	Содержание и характер опросов и тем	Демографическая характеристика автор ( пол, возраст, образование)	Форма обратной связи с авторами	Примечание

*Приложение 1*

**Примерный календарно-тематический план прохождения  
учебно-ознакомительной практики**

<b>№п/п</b>	<b>Наименование тем и разделов</b>	<b>Количество дней</b>
1	Ознакомление с историей редакции газеты, её структурой или СМИ как предприятием	2
2	Ознакомление с нормативами документами и правовыми документами СМИ как предприятие (организация, учреждение)	1
3	Организационная структура редакции и его материально-техническая база	1
4	Организация работы редакции и общая характеристика его как производство (финансовая , экономическая деятельность ). Объём тиража, типы издательств.	1
5	Ознакомление с методикой сбора информации и обработкой и подачей материала в эфир или публикацию	3
6	Ознакомление с методикой определения расчета важнейших финансовых показателей деятельности СМИ – предприятия и динамики их развития за последние два года ( расчет финансовых затрат на выпуск одной газеты)	2
7	Знакомство с бухгалтерской документацией. Регистры и формы введения финансового учета	2
8	Организация труда журналистов в редакции	2
9	Организация маркетинговой службы редакции и использование рекламы в системе СМИ	2
10	Технической оборудование в СМИ – предприятия	1
11	Система управления коллектива	1
12	Составление и написание отчета о прохождении практики	2
	<b>ИТОГИ</b>	

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ, НАУКИ И МОЛОДЕЖНОЙ  
ПОЛИТИКИ КЫРГЫЗСКОЙ РЕСПУБЛИКИ**

**КЫРГЫЗСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ  
УНИВЕРСИТЕТ им. И. РАЗЗАКОВА**

**ТОКМОКСКИЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ ИНСТИТУТ**

**Кафедра «Гуманитарные науки»**

**ДНЕВНИК**

**по учебно-ознакомительной практике**

Студент (фамилия. имя. отчество) \_\_\_\_\_

Курса \_\_\_\_\_ факультета \_\_\_\_\_ группы \_\_\_\_\_

Начат \_\_\_\_\_

Окончен \_\_\_\_\_

Место учебно-ознакомительной практики

Город \_\_\_\_\_ предприятие и его адрес \_\_\_\_\_

Дневник проверен:

Руководитель практики от производства \_\_\_\_\_

Руководитель практики от технического института \_\_\_\_\_

Дата \_\_\_\_\_

**Токмок — 2006 г.**

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ, НАУКИ И МОЛОДЕЖНОЙ  
ПОЛИТИКИ КЫРГЫЗСКОЙ РЕСПУБЛИКИ**

**КЫРГЫЗСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ  
УНИВЕРСИТЕТ им. И. РАЗЗАКОВА**

**ТОКМОКСКИЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ ИНСТИТУТ**

**Кафедра «Гуманитарные науки»**

**ОТЧЁТ**  
**по учебно-ознакомительной практике**

Студент (фамилия. имя. отчество) \_\_\_\_\_  
Курса \_\_\_\_\_ факультета \_\_\_\_\_ группы \_\_\_\_\_  
Начат \_\_\_\_\_  
Окончен \_\_\_\_\_

Место учебно-ознакомительной практики  
Город \_\_\_\_\_ предприятие и его адрес \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

Дневник проверен:  
Руководитель практики от производства \_\_\_\_\_  
Руководитель практики от технического института \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

Дата \_\_\_\_\_

**Токмок — 2006 г.**

## ЛИТЕРАТУРА

1. Прохоров ЕЛ. Введение в специальность (журналистика). - М., 1974
2. Свитич Л.Г. Введение в специальность (журналистика). — М., 1985
3. Свитич Л.Г. Профессия журналист. — М., 1996
4. Свитич ЛЕ., Ширяева А.А. Журналистское образование: Взгляд социолога. — М., 1997

## ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ЛИТЕРАТУРА

1. Гуревич СМ. Основы научной организации журналистского труда. — М., 1998
2. Есин Б.И. Краткий очерк развития газетного дела в России 18-19 веков. — М., 1980
3. Журналисты XX века: Люди и судьбы. — М., 2003
4. Засорина Т., Федосеева Н. Профессия журналист. — М., 1999
5. Коркин С.Г. Основы теории журналистики. СПб., 1999
6. Сагал . 5 интервью: Таі йіботают журналисты. --М., 1979
7. Свитич ЛЕ. Ширяева А.А. Профессиональное развитие будущего журналиста.- М., 1989
8. Гецов Г. Как читать книги, журналы, газеты. — М., 1989
9. Техника личной работы. —М., 1979
10. Усачева П.В. Курс эффективного чтения учебного и научного текста. — М., 2000
11. Федотов Ф.В. Рациональная организация умственного труда. — М., 1987

---

**“Экономика журналистика жана жарнама” багытында окуган  
туденттерге арналган усулдук көрсөтмө**

**Түзгөн доцент Асанкулова С.С.  
Редактор и.о. доцент Текинаев А.  
Тех. редактор Асан уулу Мирлан**

---

**Басууга 4.04.06 2006-ж берилди. Форматы 60x80/16**

**Көлөмү 1,025 пл. Нускасы 40.**