

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ КЫРГЫЗСКОЙ
РЕСПУБЛИКИ
КЫРГЫЗСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ имени И. РАЗЗАКОВА**

Институт управления и бизнеса

Кафедра экономической журналистики

ПРОГРАММА

**ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ
ДЛЯ СТУДЕНТОВ III КУРСА НАПРАВЛЕНИЯ 520601
«ЖУРНАЛИСТИКА»**

Бишкек 2012

РАССМОТРЕНО
на заседании кафедры
«Экономическая журналистика
и реклама»
Протокол № 4 от 21.12.11

ОДОБРЕНО
методическим советом
ИУиБ
Протокол № 4 от 28.12.11

Составитель: **БОСТОНОВА П.З.**

Рабочая программа по дисциплине «Производственная практика» содержит перечень навыков и умений студентов, требующих практического закрепления на данном курсе и дневник практики с направлением на практику. / КГТУ им. И. Раззакова; Сост. П.З. Бостонова - Б.: ИЦ «Текник», 2012, 12с.

Программа предназначена для студентов III курса направления 520601 «Журналистика».

Рецензент: ст. преп. Асанбекова Ч.М.

Тех. редактор **А. Кочоров**

Подписано к печати 14.01.2012 г. Формат бумаги 60x84¹/₁₆.

Бумага офс. Печать офс. Объем 0,75 п.л. Тираж 30экз.

Бишкек, ул. Сухомлинова 20. ИЦ «Текник» КГТУ, т.: 54-29-43

Производственная практика

Государственным образовательным стандартом подготовки специалистов по направлению 520601 Журналистика предусмотрена производственная практика, которая, согласно Учебному плану, проводится в VI семестре продолжительностью 4 недели.

Цели производственной практики:

– ознакомление с организационной структурой и управлением в средствах массовой информации, рекламных и информационных агентствах, пресс-службах государственных учреждений и частных компаний.

- развитие практических навыков по получению, переработке и распространению информации, в том числе рекламных материалов, с использованием различных средств коммуникации.

Эти цели вытекают из требований к профессиональной подготовленности специалиста.

В результате практики студент должен освоить следующие виды профессиональной деятельности:

- найти исходные данные (сведения о людях, фактах, проблемах, ситуациях) для подготовки заявки на тему газетного, теле-, радиоматериала;

- предварительно ознакомиться с существующими сведениями по данной теме и определение хода дальнейшей работы над нею;

- уметь работать на объекте "полевая": сбор и анализ информации, необходимой для подготовки печатного, теле-, радиоматериала (непосредственное наблюдение событий, беседы с людьми, обращение к другим источникам информации с целью изучения фактов, ситуаций, проблем);

- реализация профессионально-творческого замысла - непосредственное создание материала для газеты, телевидения, радио (в зависимости от специализации) в новостных жанрах (на данном этапе) с использованием необходимых средств и компонентов (иллюстративного, видео-, аудио- и другого материала);

- ознакомиться с работой рекламного отдела издания;

- принять участие в рекламных акциях предприятия, в работе по привлечению рекламодателей.

Форма отчетности:

Ведение дневника практики, письменный отчет с приложениями практических материалов (публикаций, разработанных ПР и рекламных материалов, подготовленных аудио- и видео материалов)

Оценка практики: Защита отчета по практике

61 -73 «удовл.»; 74-86 «хорошо»; 87-100 «отлично».

Для:

Название подразделения	Форма отчетности
СМИ	Организационная структура СМИ, публикации в прессе, Интернет-изданиях; участие в выпуске теле- и радиопрограмм
Информационное агентство	Полное описание подготовленных пресс-конференций, пресс-релизов, «круглых столов», брифингов и т.д.
Рекламные и PR-агентства	Организационная структура агентства, материалы рекламных и PR-акций, связь со СМИ
Пресс-службы	Мониторинг публикаций, радио и ТВ-выпусков; план работы по связям с общественностью; реализация планов; организация спецмероприятий, организация внутреннего PR-а; связь со СМИ

Оценка: min 61 max 100 баллов

Содержание практики

№	СМИ	Кол-во час.
1	Ознакомление с целями и задачами практики, утверждение инд. заданий.	2
2	Цели, задачи, место и роль редакции в системе средств массовой информации республики.	4
3	Подразделения редакции, ее внутренние и внешние связи, иерархия управления и организационная структура управления.	4
4	Техника журналиста: фото, видеосъемки, работа с другими средствами коммуникации	4
5	Работа с письмами читателей/зрителей	4
6	Посещение информационного агентства, участие в пресс-конференции, сбор материала	4
7	Непосредственное наблюдение событий, беседы с людьми, обращение к другим источникам информации с целью изучения фактов, ситуаций, проблем	4
8	«Полевой» сбор информации, работа на объекте	4
9	Изучение доп. материалов и источников информации, набор текста на компьютере, редактирование м-лов, обсуждение.	4
10	Работа над заголовком, лидом	4
11	Работа с Интернет-источниками	4
12	Поиск материалов в Интернет сайтах, редактирование и публикация	4
13	Работа с официальными и государственными источниками	4

	информации	
14	Обработка информации, подготовка к публикации	
15	Подготовка отчета по практике, защита подготовленных информационных материалов	4
	Итого	60 часов

№	Информационные агентства	Кол-во часов
1	Ознакомление с целями и задачами практики, утверждение инд. заданий.	4
2	Изучение цели, задачи, места и роли информационного агентства в системе средств массовой информации республики.	4
3	Изучение подразделений информагентства, его внутренние и внешние связи, иерархию управления и организационную структуру управления.	6
4	Дифференциация информагентства: по типу деятельности; по характеру аудитории; по предметно-тематическому признаку; по способу финансирования; по формам собственности	6
5	Налаживание связей со СМИ, пресс-службами, частными и госструктурами для дальнейшего обмена информацией	6
6	Поиск исходных данных (сведений о людях, фактах, проблемах, ситуациях) для подготовки пресс-релиза	6
7	Предварительное ознакомление с существующими сведениями по данной теме, определение дальнейшего хода работы над нею	6
8	Подготовка пресс-релизов	2
9	Организация пресс-конференций, круглых столов, брифингов и т.д.	6
10	Сбор, переработка и распространение информации, предназначенной для СМИ и аналогичных информагентств.	6
11	Работа с интернет-источниками	2
12	Подборка материала для сайта информ. агентства.	4
13	Отчет по практике, защита подготовленных информационных материалов	2
	ИТОГО	60

№	Рекламные и PR агентства	Кол-во часов
1	Ознакомление с целями и задачами практики, заполнение дневников, утверждение инд. заданий.	4
	Изучение цели, задачи, места и роли рекламного и PR-агентства в системе развития республики.	6
2	Изучение подразделений рекламного, PR-агентства, его внутренних и внешних связей, иерархию управления и организационную структуру управления.	6
3	Маркетинговые исследования рекламного и PR- рынка КР	4
4	Участие в разработке и проведении рекламной кампании	8
5	Мониторинг СМИ: <ul style="list-style-type: none"> • проведение телефонных интервью • проведение уличных интервью • анализ результатов исследований и оформление отчета 	10
6	Ознакомление с рекламой в Интернет	10
7	Мониторинг рекламы в СМИ	8
8	Отчет по практике, защита подготовленных материалов	4
	Итого	60

№	Пресс-служба	Кол-во часов
1	Ознакомление с целями и задачами практики, заполнение дневников, утверждение инд. заданий	2
2	Изучение структурной организации пресс-службы организации, ее внутренние и внешние связи с другими аналогичными организациями, иерархию управления	4
3	Посещение редакций, информагентств, рекламных агентств, знакомство со структурой и организацией работ посещаемых СМИ.	6
4	Налаживание связей со СМИ, пресс-службами других организаций, частными и госструктурами для дальнейшего обмена информацией	6
5	Непосредственно сотрудничество с руководителями организации	4
6	Посещение пресс-конференций, брифингов, собраний и т. д.	6
7	Написание пресс-релизов, работа с письмами, сбор и переработка информации поступающей в пресс-службу	10
8	Набор текста на компьютере, редактирование поступающих и распространяемых материалов	6
9	Работа с интернет-источниками	6

10	Ведение переписки с аналогичными организациями ближнего и дальнего зарубежья, с целью обмена информацией	6
11	Организация и проведение массовых мероприятий	6
12	Отчет по практике, защита подготовленных материалов	4
	Итого	60

VI. Отчет

6.1. Отчет по производственной практике должен включать описание всего состава работ, предусмотренных общей частью работы (сформулированного в предыдущем разделе) и описания работ, предусмотренных индивидуальным заданием.

6.2. Отчет должен начинаться с описания задания на производственную практику.

6.3. В отчете должно быть представлено описание практически выполненного конкретного задания с обоснованием выбора канала коммуникации.

6.4. Материал отчета должен быть представлен в виде пояснительной записки, стандартной формы. Иллюстрации, таблицы, образцы и выполненные публикации должны быть встроены в текст отчета или в приложении со ссылкой на номер приложения в текстовой части.

6.5. Объем отчета не должен превышать 20 страниц печатного материала.

6.6. Последовательность (нумерация) разделов отчета примерно такая же, как и в разделе содержание практики.

Литература:

Основная

1. Власть, зеркало или служанка? Энциклопедия жизни современной российской журналистики. Том 1,2. Москва, 1998;
2. Ворошилов В.В. Журналистика. СПб., 2000.
3. Свитич Л. Г. Профессия: Журналист. М., 2004
4. Рэндалл Дэвид. Универсальный журналист. Алматы, 1996;

Дополнительная

5. Воскобойников Я.С., Юрьев В.К. Журналист и информация. Профессиональный опыт западной прессы. Москва, 1993;
6. Засурский И. Масс-медиа второй республики. Москва, МГУ, 1999.
7. <http://www.iatp.md/youthpress/chapter2.htm>

«Утверждаю»

Зав. кафедрой _____

« _____ » _____ 20 ____ г.

Дневник

прохождения производственной практики

студента(-ки) _____

направления 520601 Журналистика

группы _____

подпись студента, получившего задание _____

Цель практики

ЗАДАНИЕ НА ПРАКТИКУ

1. По специальности

2. Индивидуальное задание

УДОСТОВЕРЕНИЕ
на прохождение практики

Студент (ка) _____

направления _____

специальности _____

группы _____

командируется

в _____

(город, предприятие)

для прохождения учебной практики

сроком с «___» _____ 20__ г. по «___» _____ 20__ г.

М.П. Директор ИУиБ _____

