**Програма**

**виробничої практики студентів ІІ курсу**

**освітньої програми «Журналістика»**

**Запорізького національного університету**

**МЕТА ПРАКТИКИ**

1. Простежити прийоми роботи медіа, що забезпечують його конкурентоспроможність на медіа-ринку; дослідити редакційну політику, сітку мовлення теле-, радіоканалу.

2. Узяти активну участь у мас-медійній роботі медіа, зокрема у поширенні його контенту в соціальних мережах.

3. Закріпити практичні навички роботи з журналістськими завданнями, опанованими під час попередніх практик.

**ОБСЯГ ПРАКТИКИ**

**Виробничо-творча робота**

1. Відвідувати події, що підлягають висвітленню, працювати з різними джерелами інформації; створити журналістські матеріали

**Для преси:** підготувати до друку не менше шести матеріалів інформаційних та інших жанрів відповідно до редакційних завдань. Обов’язково мають бути представлені два-три інтерв’ю.

**Для інтернет-ЗМІ:** самостійно підготувати та опублікувати на сайті не менше семи журналістських матеріалів, серед яких мають бути твори різних жанрових спрямувань, у тому числі онлайн-репортаж. Не менш як один із цих матеріалів повинен бути підкреслено мультимедійним (застосовано 3-4 формати, це може бути саме онлайн-репортаж).

**Для ТБ:** 3 матеріали інформаційного жанру (репортаж, сюжет, коментований відеоряд). Розробити для телеефіру 1 матеріал іншого жанру або запропонувати сценарний план до однієї з рубрик програми (на вибір редактора).

**Для радіо:** 2 інформаційні повідомлення, 3 радіорепортажі, 1 інтерв’ю.

**Науково-дослідна робота**

1. Дослідити місце медіа в рейтингах, його позиціонування на медіа-ринку, редакційну політику (зокрема щодо забезпечення конкурентоспроможності), присутність у різних соцмережах, сітку мовлення (для ТБ і радіо).

2. Зібрати емпіричний матеріал для наукового узагальнення в подальшій навчальній роботі.

**ЗВІТНІСТЬ ПРО ПРАКТИКУ**

1. Підготувати звітну документацію:

1) оформлений щоденник;

2) звіт, в якому є інформація про позиціонування медіа на медіа-ринку, редакційну політику (зокрема щодо забезпечення конкурентоспроможності), присутність у різних соцмережах;

3) власні журналістські матеріали, завірені редактором медіа, електронні носії та підготовлену власну сітку мовлення (для радіо/ТБ).

2. Захист звіту відбудеться « » \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 20 р.