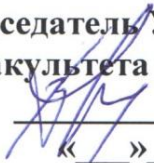


Министерство образования и науки Российской Федерации  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«ВОРОНЕЖСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Факультет журналистики

**УТВЕРЖДАЮ**  
Председатель Ученого совета  
факультета журналистики  
  
В. В. Тулупов  
« \_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2015 г.

**ОТЧЕТ**  
о результатах самообследования  
образовательной профессиональной программы бакалавриата  
031600- «Реклама и связи с общественностью»  
за 2011-2015 гг.

Отчет рассмотрен и утвержден на заседании Ученого Совета факультета журналистики от 30 июня 2015 года (протокол № 6)

## ОГЛАВЛЕНИЕ

1. Общие сведения о структурных подразделениях, реализующих образовательную программу.....	3
2. Образовательная деятельность .....	5
3. Учебно-методическая деятельность .....	16
4. Научно-исследовательская деятельность.....	26
5. Международная деятельность.....	27
6. Социально-бытовое обеспечение и внеучебная работа.....	28
7. Кадровое обеспечение.....	31
8. Материально-техническое обеспечение.....	32
9. Выводы.....	32

## **1. ОБЩИЕ СВЕДЕНИЯ О СТРУКТУРНЫХ ПОДРАЗДЕЛЕНИЯХ, РЕАЛИЗУЮЩИХ ОБРАЗОВАТЕЛЬНУЮ ПРОГРАММУ**

Подготовка бакалавров по основной образовательной программе (ООП) по направлению 031600 – «Реклама и связи с общественностью» осуществляется в ВГУ с 2011г. в соответствии с приказами и нормативно-методическими документами Министерства образования и науки Российской Федерации. Основу нормативно-правового обеспечения реализации аккредитуемых ООП составляют:

- Федеральный закон от 29.12.2012 г., № 273 «Об образовании в Российской Федерации» (с последующими дополнениями и изменениями);
- Устав ФГБОУ ВПО «ВГУ», принятый Конференцией научно-педагогических работников, представителей других категорий работников и обучающихся (утвержден приказом Министерства образования и науки РФ от 27.05.2011 г., № 1858);
- Федеральный государственный образовательный стандарт по направлению подготовки 031600 – "Реклама и связи с общественностью" высшего образования (бакалавриат), утвержденный приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 29.03.2010 г. № 221;
- Приказ Министерства образования и науки Российской Федерации от 19.12.2013 г., №1367 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры»;
- стандарт университета СТ ВГУ 1.3.02 – 2015 «Система менеджмента качества. Стандарты университета. Государственная итоговая аттестация по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета и программам магистратуры. Общие требования к содержанию и порядок проведения», утвержденный приказом ректора от 25.03.2015 г., № 0177.
- приказы ректора университета и решения Ученого совета университета.

Образовательную программу по направлению 031600 – «Реклама и связи с общественностью» реализуют две выпускающие кафедры: кафедра рекламы и дизайна (профиль «Реклама в СМИ»), кафедра связей с общественностью (профиль «Связи с общественностью в СМИ»).

Все структурные подразделения регламентированы соответствующими Положениями. Должностные инструкции различных категорий сотрудников отражают спектр решаемых задач в полном объеме. Кафедры ведут делопроизводство в соответствии с номенклатурой Университета; работа по контролю исполнения поручений возложена на декана, заведующих кафедрами и старших лаборантов кафедр.

Кафедры осуществляют свою деятельность на основе принципов кооперации кадрового, научного и материально-технического потенциалов; многообразия форм, уровней и методов образовательной, исследовательской

и практической деятельности; реализации интегрированного подхода к организации деятельности на основе широкого сотрудничества с другими подразделениями ВГУ в реализации стоящих перед выпускающими кафедрами задач по обеспечению образовательной деятельности.

Заведующие кафедрами на конкурсной основе избираются на Совете Университета, а профессорско-преподавательский состав по конкурсу избирается на Советах факультетов. Кафедры осуществляют учебно-воспитательную, учебно-методическую работу и научно-исследовательскую работу, подготовку аспирантов, стажировку научно-педагогических кадров и выполняют другие виды организационно-педагогической и научно-исследовательской деятельности, установленные Положением о кафедре Воронежского государственного университета.

Выпускающая кафедра – кафедра рекламы и дизайна (заведующий – доктор филологических наук, профессор Тулупов Владимир Васильевич). Год основания кафедры – 2006. Кафедра обеспечивает подготовку по направлению бакалавриата 031600 – «Реклама и связи с общественностью», профиль – «Реклама в СМИ».

Выпускающая кафедра – кафедра связей с общественностью (заведующий – кандидат филологических наук, доцент Топильская Елена Евгеньевна). Год основания кафедры – 2006. Кафедра обеспечивает подготовку по направлению бакалавриата 031600 – «Реклама и связи с общественностью», профиль – «Связи с общественностью в СМИ».

Основным локальным актом по организации учебного процесса на кафедре является учебный план подготовки бакалавров по направлению 031600 – «Реклама и связи с общественностью», профили «Реклама в СМИ» и «Связи с общественностью в СМИ» (утвержден ученым советом факультета журналистики ВГУ 25.04.2013, протокол № 3, с последующей ежегодной актуализацией).

В ВГУ специализация «Реклама и паблик рилейшнз» существует с 1992 г. в рамках специальности «Журналистика». В 1997 г. была создана кафедра средств массовой коммуникации и рекламы, на базе которой в 2006 г. были образованы кафедра рекламы и дизайна и кафедра связей с общественностью. С 2011 г. факультет журналистики осуществляет прием и обучение по направлению «Реклама и связи с общественностью» студенты обучаются на факультете журналистики, располагающемся в учебном корпусе № 6 (ул. Хользунова, 40-а).

В рамках направления «Реклама и связи с общественностью» первокурсники выбирают профиль обучения: «Реклама в СМИ» либо «Связи с общественностью в СМИ». В соответствии с избранным профилем студенты определяются с темой научного исследования на одной или другой кафедре, формируют портфолио.

На факультете журналистики, помимо ООП бакалавриата «Реклама и связи с общественностью», реализуются иные образовательных программы направлений 031300 – «Журналистика» (бакалавриат, магистратура), 031600 – «Реклама и связи с общественностью» (бакалавриат на базе СПО,

магистратура), 035100 – «Телевидение» (бакалавриат). В 2013 г. открыта специальность ВПО 031301 – «Военная журналистика», набор на которую запланирован в 2016 г.

Современный учебный процесс обеспечивается внедрением информационных технологий, предполагает на творческом факультете журналистики работу в малых группах, требует дополнительного финансирования, и факультет журналистики использует внебюджетные средства для приобретения оборудования (компьютеры, фото- и полиграфическая техника, теле- и радиоаппаратура), для закупки некоторых книг и периодических изданий для филиала Зональной научной библиотеки ВГУ. На внебюджетные средства полностью отремонтированы все рекреации, кафедры, кабинеты, лаборатории, библиотека и аудитории факультета, закуплена современная мебель, введены в строй интернет-центр, учебные теле- и радиостудии, фотостудия, типографическая лаборатория и лаборатория конвергентной журналистики. Оборудован современной мебелью, шторами и мультимедийной аппаратурой зал (ауд. 119) для заседаний диссертационного совета, где с 2015 г. также проводятся защиты выпускных квалификационных работ.

**Заключение:** Организационная структура и профилизация подготовки бакалавров по рекламе и связям с общественностью реализуются на базе профильных выпускающих кафедр университета. Лицензионные нормативы выполняются.

## 2. ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ

### 2.1. Содержание подготовки бакалавров

Подготовка бакалавров по ООП 031600 – «Реклама и связи с общественностью» осуществляется по очной и заочной формам обучения с присвоением квалификации «Бакалавр рекламы и связей с общественностью».

Содержание подготовки бакалавров направлено на реализацию организационно-управленческой, проектной и коммуникационной деятельности и готовит к участию в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы и организации, в проектировании программ и отдельных мероприятий в области рекламы и связей с общественностью, создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации, в том числе – с государственными службами, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации; к участию в формировании и поддержании корпоративной культуры; к участию в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий в соответствии с целями и задачами организации на основе результатов исследований.

Объектами профессиональной деятельности бакалавров направления 031600 – «Реклама и связи с общественностью» являются: целевые

аудитории организации, фирмы, органа государственной власти, политической партии, СМИ, их потребности; информационно-коммуникационный продукт (рекламное сообщение, связи со СМИ, журналистский пул); создание рекламного продукта и пакета документов для СМИ; ценностей корпоративной культуры (брендбук).

Содержание подготовки соответствует требованиям государственного образовательного стандарта высшего профессионального образования (ФГОС 3).

В структуру ООП входят:

- государственный образовательный стандарт по соответствующему направлению подготовки;
- перечень профилей профессиональной подготовки, реализуемых в рамках направления, утвержденных Ученым советом университета;
- учебный план с вариативной частью, соответствующей реализуемым профилям подготовки бакалавров («Реклама в СМИ», «Связи с общественностью в СМИ»);
- совокупность рабочих программ всех дисциплин и практик, включенных в учебный план и определяющих полное содержание ООП;
- материалы, устанавливающие содержание и порядок проведения текущей, промежуточной и итоговой аттестаций (в соответствии с требованиями к государственной итоговой аттестации);
- карта обеспеченности студентов учебной и методической литературой; комплекты учебников, учебных пособий, методических указаний по конкретным видам учебных занятий;
- список прикладного программного обеспечения, используемого в учебном процессе;
- фонд оценочных средств.

Содержание подготовки соответствует основной образовательной программе (ООП), требованиям ФГОС ВПО в части результатов освоения, трудоемкости, перечня дисциплин и формируемых компетенций в рамках базовой и вариативной частей учебных циклов Б1, Б2, Б3, Б4, Б5 и Б6.

Анализ соответствия рабочего учебного плана бакалавров требованиям государственного образовательного стандарта и другим нормативным документам представлен в таблице 2.1

Таблица 2.1

**Анализ соответствия рабочего учебного плана бакалавров 031600 «Реклама и связи с общественностью» требованиям государственного образовательного стандарта и другим нормативным документам**

<i>Индекс</i>	<i>Цикл дисциплин</i>	<i>ФГОС ВПО</i>	<i>Рабочий учебный план ВПО</i>	<i>Рабочий учебный план ВПО, час.</i>	<i>Отклонение, %</i>

<b>ГСЭ Б1</b>	Гуманитарный, социальный и экономический цикл	55-65	64	2304	Нет
<b>МЕН Б2</b>	Математический и естественнонаучный цикл	10-20	10	360	Нет
<b>ПД Б3</b>	Профессиональный цикл Б3.Б Б3.В	120-130 55-65 55-75	128 64 64	4608	Нет
<b>Б4</b>	Физическая культура	2-2	2	400	Нет
<b>Б5</b>	Практика	20-30	24	864	Нет
<b>Б6</b>	Итоговая государственная аттестация	10-15	12	432	Нет
<b>ФД</b>	Факультативы	2-10	2	72	
	Общая трудоемкость ООП с учетом факультативов			9040	Нет

Содержание подготовки соответствует ООП, требованиям ГОС ВПО в части результатов освоения, трудоемкости, перечня дисциплин в рамках базовой и вариативной частей учебных циклов. Анализ соответствия учебного плана по направлению 031600 – «Реклама и связи с общественностью» требованиям ФГОС ВПО показал следующее соответствие:

- требованиям по нормативному сроку освоения основной образовательной программы;
- требованиям к общей трудоемкости освоения основной образовательной программы;
- требованиям к трудоемкости освоения основной образовательной программы по очной форме получения образования за учебный год;
- требованиям к часовому эквиваленту зачетной единицы;
- требованиям к трудоемкости освоения учебных циклов и разделов;
- требованиям к общей трудоемкости каждой дисциплины основной образовательной программы.

Анализ соответствия рабочего учебного плана специальности 031600.62 – «Реклама и связи с общественностью» требованиям государственного образовательного стандарта и другим нормативным документам представлен в таблице 3.

## *2.2. Поступление, контингент обучающихся и востребованность*

*выпускников*

Подготовка по ООП 031600 – «Реклама и связи с общественностью» осуществляется на очном и заочном отделении с присвоением квалификации бакалавра рекламы и связей с общественностью.

Контингент обучающихся по направлению 031600.62 – «Реклама и связи с общественностью» в 2014-2015 учебном году составил:

очная форма обучения – 207 чел.;

заочная форма обучения – 101 чел.;

в том числе контингент обучающихся на платной основе по:

очная форма обучения – 162 чел.;

заочная форма обучения – 92 чел.

Количество выпускников в прошедшем учебном году по:

очной форме обучения – 56 чел.;

заочной форме обучения – 0 чел.

Контрольные цифры приема заполнены полностью (табл.2.2).

*Таблица 2.2*

**Динамика контингента обучающихся по годам приема  
(бюджет/договор)**

<i>Направление 031600 «Реклама и связи с общественностью»</i>	<i>2011-2012</i>	<i>2012-2013</i>	<i>2013 - 2014</i>	<i>2014-2015</i>
Дневное отделение, бюджет	15 + 5 иностр.	10 + 2 иностр.	10	10 + 3 иностр.
Дневное отделение, договор	69	71	62 + 2 иностр.	26+ 1 иностр.
Заочное отделение, Бюджет	6	8	0	0
Заочное отделение, Договор	11	23	14	26
Всего	106	113	87	64

В целом отмечается стабильная численность контингента студентов в рамках контрольных цифр приема. Как констатировано в Годовом отчете ВГУ за 2012 г. (С. 53), направление «Реклама и связи с общественностью» наряду с некоторыми другими занимает лидирующие позиции по среднему проходному баллу – 71,4 – среди классических университетов РФ.

Важное место в подготовке бакалавров занимает контактирование с отраслью – рекламными и PR-агентствами, коммуникационными группами, отделами развития и маркетинга организаций, СМИ и пресс-службами органов государственной власти. Взаимодействие с работодателями



осуществляется в форме договоров на проведение практик. Не исключено последующее трудоустройство первых выпускников бакалавриата (2015 г.) при наличии вакансий. На факультете создан Банк данных о базах учебно-ознакомительных и производственных практик. Осуществляются: открытые защиты практик; конференции, посвященные прохождению практики; выпускается альманах «Практика». Представители отраслей привлекаются к участию в работе Гильдии аналитических журналистов, жюри конкурсов «Record», «FROG», научно-практических конференций, в выпуске факультетских научно-практических журналов, а также к участию в круглых столах, посвященных проблемам подготовки профессионалов в области рекламы и по связей с общественностью. Так, 18.06.2015 г. на факультете журналистики прошел круглый стол «PR-профессия: ожидания и неожиданности» (организатор – доц. Щекина И.А.). В дискуссии приняли участие специалисты, работающие в сфере публичной коммуникации (в первую очередь – рекламы и связей с общественностью, а также СМИ). Они обсудили требования действующего профессионального стандарта, проблемы образования в области рекламы и PR в целом и воронежского регионального рынка рекламы и PR в частности, а также ожидаемые (когда вступит в действие ФГОС ВО «Реклама и связи с общественностью») изменения в вузовской подготовке бакалавров рекламы и связей с общественностью. В работе круглого стола приняли участие выпускники факультета журналистики разных лет Полина Волкова (агентство EVENT), Дмитрий Орищенко (портал «Абирег»), Евгений Осенков (рекламное агентство «Лев»), Ирина Червакова (Воронежская областная дума), Евгения Дубровина (Воронежская областная дума) и др. Кроме того, в работе круглого стола приняли участие зав. кафедрой связей рекламы и педагогики Воронежского государственного технического университета проф. Л. В. Паринова и зав. кафедрой связей с общественностью Воронежского филиала Московского гуманитарно-экономического института доц. Е. В. Осенков, доц. кафедры рекламы и дизайна ВГУ Щукина Л.В., зав. кафедрой связей с общественностью ВГУ Топильская Е.Е.. В ходе заинтересованного разговора была выработана общая стратегия взаимодействия с работодателями – вторичным рынком потребления образовательных услуг. Она состоит в активном перманентном партнерстве вуза и баз практики в течение всего учебного года, а не только в определенные учебным планом сроки практики. Предложение работодателей состояло в том, чтобы участие студентов бакалавриата в реальных проектах в течение года учитывалось как практика.

В 2014-15 уч. г. стоимость обучения одного студента 5 курса дневного отделения за один учебный год составила 50000 руб., стоимость обучения одного студента 5 курса заочного отделения – 37500 руб., 6 курса заочного отделения – 36000 руб.; стоимость обучения одного студента заочного отделения 6 курса за один учебный год для обучающихся на платной основе в 2015-16 уч. г. составит 42000 руб. Стоимость обучения в ВГУ такова, что позволяет демпинговать вузам-конкурентам. Так, в 2015 г. стоимость обучения в одном семестре в ВФ МГЭИ составила менее 24000 рублей.

Несмотря на данное обстоятельство, факультету журналистики удается удерживать лидирующие позиции на региональном рынке образовательных услуг по направлению «Реклама и связи с общественностью».

Таблица 2

### Динамика выпуска

031600 «Реклама и связи с общественностью»	2011-2012	2012-2013	2013-2014	2014-2015
Завершило обучение, чел.				56
% аттестованных от числа завершивших обучение				100
Средний балл (госэкзамен)				4,3
Средний балл (ВКР)				4,5

Оценка качества освоения ООП бакалавриата включает:

- текущие аттестации;
- промежуточные аттестации;
- итоговую аттестацию.

Количество текущих форм контроля студентов, уровень требований при проведении текущего и промежуточного контроля достаточны для оценки степени подготовленности выпускников к выполнению требований ГОС ВПО.

Результаты текущих аттестаций студентов регулярно анализируются на кафедрах. На выпускающих кафедре рекламы и дизайна и кафедре связей с общественностью анализ текущей аттестации проводится уполномоченными по качеству обучения два раза в учебном году (в феврале и в сентябре). Анализ итогов промежуточной аттестации (экзаменационных сессий) показывает, что успеваемость студентов составляет около 75 %.

Для оценки качества подготовки студентов деканат факультета осуществляет посеместровый анализ успеваемости по итогам каждой сессии (зимней и летней), результаты и корректирующие мероприятия обсуждаются на совете факультета журналистики.

В итоговую аттестацию входит защита выпускной квалификационной работы (ВКР). ВКР выполняются по темам, утвержденным Ученым советом факультета. При организации работы над ВКР выпускающими кафедрами обучающимся выдается задание. В ходе предзащиты контролируется его выполнение, даются рекомендации по оптимизации исследования.

На кафедре связей с общественностью с 2008 г. реализуется Политика качества образования. Данный документ утвержден с изменениями и дополнениями на заседании кафедры 01.09.2014 г. (протокол № 1). Политика качества определяется миссией творческого факультета в составе классического государственного университета – обеспечить лидерство ЦЧР в составе ЦФО РФ за счет подготовки, переподготовки и повышения

квалификации высокопрофессиональных кадров для различных областей публичной коммуникации (СМИ всех типов, рекламных агентств, института связей с общественностью в государственной, социальной, политической, отраслевых сферах).

Политика качества основывается на ряде принципов, соответствующих построению гражданского общества и правового государства в РФ:

1. Следование требованиям ФГОС ВПО РФ.
2. Гласность и свобода слова.
3. Открытость и прозрачность образовательной деятельности.
4. Корпоративно-социальная и личная ответственность.
5. Преференции обучающихся, обучающихся и работодателей.
6. Непрерывность профессионального образования.
7. Ранняя профессионализация в обучении.

Качество образования напрямую связано с учебно-методической деятельностью. Факультет журналистики ВГУ 14-й год возглавляет Учебно-методическое объединение университетов Центральной и Центрально-Черноземной России по журналистике. В объединение входят университеты таких городов, как: Белгород, Брянск, Воронеж, Елец, Иваново, Курск, Орел, Рязань, Тамбов, а также Саратов, Тверь, Тольятти, Уфа. Ежегодно издаётся сборник информационных и научно-методических материалов «УМО-регион», отражающих деятельность регионального УМО.

Факультет журналистики также способствует подготовке педагогических кадров высшей квалификации для родственных факультетов ЦЧР и других регионов РФ. Диссертационный совет Д 212.038.18 при ВГУ по специальности 10.01.10 – журналистика в 2013 г. прошел переаттестацию.

Качество образования зависит от того, насколько тесно связан факультет с общественно-профессиональными объединениями. Факультет журналистики ВГУ является коллективным членом ЕЛТА, Некоммерческого партнерства факультетов журналистики университетов РФ. Факультет журналистики является коллективным членом РАСО, РАССО, АРАВ.

Поддержка стандартов качества осуществляется такими методами, как внутренний аудит, внешний аудит, формирование портфолио студента, подготовка творческих ВКР, выпуск учебных СМИ, радиопрограммы «Навигатор» и телепередачи «Встреча на журфаке», проведение вузовского конкурса аудио- и видеотворчества «Рекорд», межвузовского фестиваля рекламы «FROG», конкурсов студентов факультета журналистики «Медиаарт», «Золотой утенок» и «Практика года», участием в региональном конкурсе проектов в области связей с общественностью «RuPoR», организация и поддержка городского студенческого интернет-портала «5 сов», реализация межфакультетских магистерских программ, проведение ежегодной Летней школы исследовательской журналистики. При этом используются различные формы и средства: открытые занятия, видео- и аудиолекции, творческие лаборатории, электронные учебные комплексы, открытые защиты практик, конференции по защите практик и др.

Особое внимание уделяется формированию электронных учебно-методических комплексов (ЭУМК). По кафедре связей с общественностью сформированы такие ЭУМК, как-то: «Консалтинг в связях с общественностью» (доц. Е. Е. Топильская) / URL: [<http://www.moodle.vsu.ru/course/index.php?categoryid=498>], «Основы связей с общественностью» (доц. Е. Б. Курганова) URL: [<http://www.moodle.vsu.ru/course/index.php?categoryid=498>].

В 2012 г. факультет журналистики был сертифицирован Системой Менеджмента Качества. Сертификат, выданный органом по сертификации NQA Global Assurance Limited (Великобритания), распространяется на область «Проектирование, разработка и предоставление образовательных услуг по основным образовательным программам высшего профессионального образования и научно-исследовательская деятельность в области журналистики».

Профессия бакалавра рекламы и связей с общественностью требует особых форм подготовки студентов. Во время аудиторных занятий и на внеаудиторных консультациях преподавателей студенческие группы работают над коммуникационными проектами. Ряд из них становится основой для творческих ВКР, которые проходят защиту в ходе итоговой аттестации выпускников. Так, в 2015 г. А. Позднякова защитила ВКР в виде творческого проекта «Студенческий городской портал «5 сов», на котором студентка работала PR-менеджером и успешно занималась имиджевым коммуникационным продвижением.

Кроме того, выпускники начинают работать, принимают участие в коммуникационных (рекламных кампаниях и кампаниях по связям с общественностью) и отражают в ВКР опыт осмысления коммуникационных практик организаций, в ходе защиты ВКР демонстрируют собственный вклад во взаимодействие с целевыми аудиториями и со СМИ. Так, в 2015 г. защитили творческие ВКР, например, Мурзинова Я.О. «Синкретизм в формировании корпоративного имиджа телекоммуникационной компании (на примере воронежского филиала АО «ЭР-Телеком Холдинг (Дом.ru)»», Федотова М.А. «Сайт как инструмент онлайн PR-продвижения (на примере строительной компании «Glassika)», Юшкова Д.Р. «Продвижение сельскохозяйственного предприятия АО «Грачёвское». В ВКР Мурзинова Я.О. отразила результаты двух практик в ЭР-Телеком Холдинг (Дом.ru); Федотова М.А. (научный руководитель – доц. Е.Б.Курганова) работает менеджером отделения корпоративной политики СК «Glassika», при этом воплощает свои идеи, а также апробировала результаты на научной конференции и защитилась с публикацией: Он-лайн PR-инструменты продвижения сайта строительной компании (на примере компании «Glassika») // Коммуникация в современном мире. Материалы Всероссийской научно-практической конференции «Проблемы массовой коммуникации». – Воронеж, 2014. – Ч. 2.- С. 85-86. Федотова М.А. награждена дипломом за лучший студенческий доклад на секции «Связи с общественностью». Выраженный прикладной характер обнаруживает ВКР Юшковой Д.Р.,

восхищение которой в рецензии выразил генеральный директор АО «Грачёвское» Шестаков В.В. – заказчик проекта Юшковой Д.Р.

Таблица 4

**Защита выпускных квалификационных работ**

направление	2011-2012		2012-2013		2013 -2014	
	<i>Защищено всего</i>	<i>Из них с внедрением рез-тов</i>	<i>Защищено всего</i>	<i>Из них с внедрением рез-тов</i>	<i>Защищено всего</i>	<i>Из них с внедрением рез-тов</i>
031600						
Реклама и связи с общественностью	0	0	0	0	0	0

направление	2014-2015	
	<i>Защищено всего</i>	<i>Из них с внедрением рез-тов</i>
031600		
Реклама и связи с общественностью	56	2

Выпускники для получения допуска к защите и с одобрения научного руководителя разместили ВКР со всеми приложениями на официальном сайте ВГУ в разделе MOODLE.

В 2015 г. научно-педагогическая деятельность выпускающих кафедр была отмечена благодарственными письмами. Так, зав. кафедрой связей с общественностью, доцент Топильская Е.Е. получила благодарственное письмо от ректора Санкт-Петербургский государственный университет (ЛЭТИ им. Ульянова-Ленина) за работу в составе жюри XV Всероссийского фестиваля студентов с международным участием «PR – профессия третьего тысячелетия» (10.04.2015), а доцент Курганова Е.Б. – благодарственное письмо за профессиональное консультирование А. Поздняковой – лауреата Молодежного фестиваля рекламы «FROG», Воронежский государственный университет (15.05.2015).

Кроме того, в 2014 г. Кургановой Е.Б. присвоено звание доцента (аттестат о присвоении ученого звания доцента по специальности «Журналистика» Приказ Министерства образования и науки РФ 31.12.2014). В рамках приоритетного национального проекта «Образование» по поддержке талантливой молодёжи доцент кафедры связей с общественностью Курганова Е.Б. удостоена медали педагога-наставника студентки 5 курса факультета журналистики ВГУ И.Платоновой – лауреата премии «Талантливая молодёжь Воронежской области за 2012-13 г.г.». Такой

же награды в 2014 г. удостоена к.ф.н., преподаватель кафедры связей с общественностью Радченко И.А. за подготовку студента иного вуза.

В 2011 г. Топильская Е.Е. награждена Почетной грамотой администрации городского округа г. Воронеж за многолетнюю плодотворную научно-педагогическую деятельность, большой вклад в подготовку специалистов для средств массовой информации и телекоммуникаций и в связи с 50-летием со дня открытия специальности «Журналистика».

По итогам творческой деятельности студенты факультета журналистики становятся лауреатами и призерами конкурсов, фестивалей. С 2011 г. факультет журналистики ежегодно проводит Молодёжный рекламный фестиваль «FROG» (организатор – доцент кафедры рекламы и дизайна Щукина Л.С.). В 2015 г. первое место в номинации «Радиореклама» заняла Диана Бондарева с гимном для первого международного театрального фестиваля «МОСТ» в Воронеже. Второе место заняла студентка 4 курса направления Реклама и связи с общественностью Позднякова А. за ролик для городского студенческого портала «P.S. – 5 сов». Третье место заняла команда третьекурсниц, обучающихся на направлении Реклама и связи с общественностью Дарья Мацаева, Анастасия Плотникова и Анна Проскурина за ролик «Поступайте на журфак!». В номинации «Интернет-реклама» первое место получила работа «Котики против наркотиков» первокурсницы направления Реклама и связи с общественностью Валерии Хатунцевой. Второе место в номинации «Рекламная фотография» заняла студентка 2 курса направления Реклама и связи с общественностью Евгения Соболева. Первое место в номинации «Фирменный стиль» заняла Анна Мезинова (фирменный стиль йогурта «Nuksy fit»). Второе место у Валентины Макренцевой за проект фирменного стиля чайной «Зарчай» и Анны Барабанщиковой с фирменным стилем event-фотографа. Третье место – Андрей Тимошенко за фирменный стиль ЛФК «СВК». Лучший «Коммуникационный проект» этого года – «Интернет-продвижение портала студентов Воронежа «P.S. – 5 сов» студентки 4 курса направления Реклама и связи с общественностью Анастасии Поздняковой. Победителей в специальной номинации «Социальный заказ» определяли представители Управления Федеральной службы Российской Федерации по контролю за оборотом наркотиков Воронежской области – куратор номинации. Первое место досталось группе студентов РиСО после СПО в составе Ольги Чуйковой, Валентины Макренцевой, Михаила Когтева, Дмитрия Задемидько, Андрея Тимошенко и Алексея Грицко.

В 2014 г. команда I/WE (ВГУ) награждена Диплом за 1-е место в первом студенческий чемпионате по EVENT-маркетингу для студентов специальностей PR, реклама, маркетинг (агентство Event и Abireg, 24-28 ноября 2014г.). Команда: Баранова Алина, Пашкова Валерия, Прийменко Светлана, Позднякова Анастасия, Пескова Ксения, Светачева Евгения, Маркова Виктория, Ушакова Наталья, Захарова Анна, Смольянова Ирина.

В составе команды ВГУ (капитан – выпускница Баранова А.Е.) студенты И. Моругина, С. Прийменко, Е. Светачева, обучающиеся по направлению «Реклама и связи с общественностью», в 2015 г. приняли участие в XV Всероссийском фестивале студентов и преподавателей "PR – профессия третьего тысячелетия" ( 4-8 апреля 2015 г.). По результатам участия в фестивале команде ВГУ вручены:

- Грамота за 3-е место в решении второго этапа кейса в рамках XV Всероссийского фестиваля студентов и преподавателей «PR – профессия третьего тысячелетия» (ректор СПбГЭТУ ЛЭТИ Кутузов В.М., Санкт-Петербург 2015 г.);

- Грамота за 2-е место в решении первого этапа кейса в рамках XV Всероссийского фестиваля студентов и преподавателей «PR – профессия третьего тысячелетия» (ректор СПбГЭТУ ЛЭТИ Кутузов В.М., Санкт-Петербург 2015);

- Грамота финалисту в решении кейса от генерального партнера «YOTA» в рамках XV Всероссийского фестиваля студентов и преподавателей «PR – профессия третьего тысячелетия» (ректор СПбГЭТУ ЛЭТИ Кутузов В.М., Санкт-Петербург, 2015 г.);

- Диплом победителю PR-квеста в рамках XV Всероссийского фестиваля студентов и преподавателей «PR – профессия третьего тысячелетия» (ректор СПбГЭТУ ЛЭТИ Кутузов В.М., Санкт-Петербург, 2015 г.);

- Грамота за 2-е место в решении внекубкового домашнего задания от компании «STEM» в рамках XV Всероссийского фестиваля студентов и преподавателей "PR – профессия третьего тысячелетия" (ректор СПбГЭТУ ЛЭТИ Кутузов В.М., Санкт-Петербург, 2015 г.).

- Сертификат на прохождение стажировки в агентстве маркетинговых решений «STEM» (генеральный директор Маткевич Е.В., Санкт-Петербург, 2015 г.).

**Заключение:** образовательная деятельность по реализации ООП «Реклама и связи с общественностью» соответствует требованиям ФГОС ВПО, ожиданиям отрасли публичной коммуникации.

### 3. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ

Учебная работа осуществляется в соответствии с учебными планами и программами государственных образовательных стандартов высшего профессионального образования, требованиями Федерального закона от 29.12.2012 г., № 273 «Об образовании в Российской Федерации».

Расписание занятий соответствует рабочему учебному плану (по количеству учебных недель в семестре, совпадению сроков начала и окончания семестра, сессии, практик, каникул, соблюдению установленных форм аттестации). Еженедельная аудиторная нагрузка соответствует ГОС ВПО и составляет 26,5 академических часов в неделю за период обучения,

максимальный объем учебной нагрузки 54 часа в неделю, включая все виды аудиторной и внеаудиторной учебной работы. Разрабатываемые графики учебного процесса учитывают все нормативные требования, предъявляемые стандартом к продолжительности различных видов занятий, сессии, каникул, практик, подготовки выпускных квалификационных работ, деятельности ГЭК.

В соответствии с требованиями ФГОС ВПО на выпускающих кафедрах разработаны и имеются в наличии рабочие программы по всем дисциплинам, программы практик и государственной итоговой аттестации. Рабочие учебные программы разработаны ведущими преподавателями, рассмотрены на заседании кафедры, согласованы с заведующим кафедрой, куратором ООП, рассмотрены и утверждены на научно-методическом совете факультета журналистики. Все рабочие программы дисциплин не старше 3-х лет. Имеется электронная база данных по всем рабочим программам, выставленная на сайте ВГУ. Содержание рабочих программ отражает все виды учебных занятий – лекции, практические и лабораторные занятия, курсовые работы, самостоятельную работу по изучаемой дисциплине. Указаны цели преподавания дисциплины и ее место в учебном процессе, задачи изучения дисциплины, дано распределение времени по темам и видам занятий. Приведены актуальные списки основной (не старше 5-ти лет) и дополнительной литературы, разработаны блоки контрольно-измерительных материалов. В ряде учебных программ имеются рекомендации по использованию современных информационных технологий. В рабочих программах реализуется системный подход к подготовке специалистов - верхние уровни подготовки базируются на знаниях, полученных студентами при изучении дисциплин, изученных на младших курсах. Внесение изменений и дополнений в рабочие программы осуществляется ежегодно в связи с корректировкой учебных планов, редакцией содержательной части дисциплин в соответствии с требованиями работодателей, развитием техники и технологий, изданием учебной и методической литературы. Количество часов, предусмотренных рабочими программами, соответствует рабочему плану по направлению «Реклама и связи с общественностью».

Основная учебная, учебно-методическая и организационно-методическая работа факультета журналистики осуществляется в следующих направлениях:

1. Разработка и ежегодная корректировка учебных планов по направлению в соответствии с ФГОС ВПО для очной и заочной форм обучения.

2. Методическое и организационное обеспечение внутрифакультетских и межфакультетских связей в процессе разработки учебных программ и учебно-методического обеспечения курсов базовых дисциплин и курсов специализаций.

3. Организационно-методическое обеспечение всех форм контроля знаний студентов – вступительных экзаменов, текущей аттестации, зачетов, экзаменов по всем дисциплинам, итоговой государственной аттестации



выпускников факультета.

4. Разработка специализированных курсов.
5. Подготовка и проведение учебно-методических конференций и семинаров по вопросам организации учебного процесса, в том числе установочных и итоговых конференций по производственной практике.
6. Организация выполнения курсовых и выпускных квалификационных работ студентов.
7. Разработка и обновление в соответствии с дидактическими единицами ФГОС ВПО экзаменационных билетов и вопросов к зачетам по всем дисциплинам учебного плана специальности.

Программы дисциплин ООП «Реклама и связи с общественностью» способствуют развитию общекультурных компетенций выпускников, что особо важно в связи профессиональной деятельностью, разнонаправленной на целевые аудитории политиков и избирателей, чиновников и топ-менеджмента организаций, сотрудников и клиентов, потребителей и производителей и др.

Программы всех дисциплин рассматриваются и согласовываются с выпускающими кафедрами. В рабочих программах указываются цели и задачи дисциплины, ее место в учебном процессе, связь с предшествующими и последующими дисциплинами, отражается распределение тем и часов по семестрам, приводится содержание каждой из тем лекционных занятий, наименование тем и объем практических и лабораторных работ.

Содержание рабочих программ изучаемых дисциплин соответствует основной образовательной программе (ООП) «Реклама и связи с общественностью» ФГОС ВПО.

Учебный процесс организуется в соответствии с учебным планом, разработанным в соответствии с Государственным образовательным стандартом высшего профессионального образования по направлению 031600 «Реклама и связи с общественностью» 2010 г.

Разрабатываемые деканатом графики учебного процесса учитывают все нормативные требования, предъявляемые стандартом к продолжительности различных видов занятий, сессий, каникул, практик, подготовки дипломных работ, деятельности ГЭК.

В соответствии с требованиями ФГОС ВПО на кафедрах разработаны и имеются в наличии рабочие программы по всем дисциплинам, программы практик и итоговой аттестации. Рабочие учебные программы разработаны ведущими преподавателями, рассмотрены на заседаниях кафедр, согласованы с заведующими кафедрами, на которых ведутся дисциплины, и с заведующими выпускающими кафедрами, утверждены научно-методическим советом.

Все рабочие программы дисциплин не старше 3 лет. Имеется электронная база данных по всем рабочим программам, выставленная на сайте ВГУ. Содержание рабочих программ отражает все виды учебных занятий – лекции, практические и лабораторные занятия, курсовые работы, самостоятельную работу по изучаемой дисциплине.

Указаны цели преподавания дисциплины и ее место в учебном процессе, задачи изучения дисциплины, дано распределение времени по темам и видам занятий. Приведены списки основной и дополнительной литературы (не старше 5 лет), разработаны блоки контрольно-измерительных материалов. В ряде учебных программ имеются рекомендации по использованию современных информационных технологий. В рабочих программах реализуется системный подход к подготовке специалистов – верхние уровни подготовки базируются на знаниях, полученных студентами при изучении дисциплин на младших курсах. Данный принцип преемственности в обучении реализуется не только по вертикали учебного плана, но и по горизонтали практик. ВКР обнаруживает связь с курсовыми работами, выполняемыми по тем или иным дисциплинам на каждом курсе.

Внесение изменений и дополнений в рабочие программы осуществляется ежегодно в связи с корректировкой учебных планов, редакцией содержательной части дисциплин в соответствии с требованиями работодателей, развитием техники и технологий, изданием учебной и методической литературы. Количество часов, предусмотренных рабочими программами, соответствует рабочему плану по направлению.

Аудиторные занятия проводятся по стабильному расписанию в лекционных аудиториях и лабораториях. Для проведения занятий факультет располагает достаточным аудиторным и лабораторным фондом. Он включает 18 аудиторий, 5 лабораторий, 4 компьютерных классов.

Самостоятельная работа студентов предусмотрена при освоении всех дисциплин, каждая из которых имеет свою специфику. Студенты готовят рефераты по узловым темам, подвергают аналитической обработке источники научной мысли, выполняют домашние контрольные задания, в том числе – по вопросам, вынесенным на самостоятельное изучение.

Экзамены проводятся по расписанию в сроки, установленные графиком учебного процесса. Порядок сдачи экзаменов и зачетов регламентирован Положением о проведении промежуточной аттестации обучающихся по образовательным программам высшего образования (приказ ректора № 515 от 4.09.2013 г.) и соответствует нормативным требованиям.

Информационно-методическое обеспечение учебного процесса соответствует лицензионным нормативам. Имеется достаточный библиотечный фонд. Обеспеченность основной литературой по преподаваемым основным дисциплинам – 0,7 (при норме 0,5), дополнительной литературой – не менее 0,25 (при норме 0,25) на 1 студента.

По всем читаемым курсам имеются типовые опубликованные или оригинальные (авторские) учебно-методические пособия и материалы. Так, в ходе изучения ряда дисциплин с целью организации самостоятельной работы студентов также используется коллективное пособие «Задачник по PR», изданное под редакцией проф. Новичихиной М.Е (Воронеж, 2011).

Применяются современные технические средства обучения. В учебном процессе используются современные компьютеры, программное обеспечение, другая инструментальная техника, а также лабораторные

комплексы.

Основным источником информации теоретического плана являются лекции профессорско-преподавательского состава, которые включают в себя сжатый, обобщенный материал, включая оригинальные разработки, полученные в результате НИР. Во время подготовки к практическим и семинарским занятиям, зачетам и экзаменам студенты пользуются не только лекционным материалом, но и монографической литературой и первоисточниками журнальных статей библиотечного фонда университета, архивов, материалами редакций СМИ области и города, ГИС Интернет, электронными версиями учебно-методических пособий, материалами производственных практик. Так в ходе изучения большинства дисциплин студенты используют учебное пособие проф. Тулупова В.В. «Реклама в коммуникационном процессе» (Воронеж, 2004), отмеченное премией премии «За лучшее учебное издание в области рекламы, связей с общественностью и смежных дисциплин», учрежденной Ассоциацией Коммуникационных Агентств России; его же словарь «Журналистика, реклама, связи с общественностью» (Воронеж, 2010), отмеченный первой премией Открытого Межрегионального конкурса «Лучшая книга по связям с общественностью и рекламе» за 2010-2011 годы в номинации «Реклама, маркетинг, связи с общественностью и брендинг как комплекс интегрированных коммуникаций». Преподаватели факультета в течение многих лет готовят коллективные учебные пособия, посвященные истории, теории и практике рекламы и связей с общественностью: под редакцией проф. Тулупова В.В. (Теория и практика рекламы, Санкт-Петербург, 2006; Реклама: история, теория, практика, Воронеж, 2010; Реклама: теория и практика, Воронеж, 2011; Реклама и связи с общественностью: теория и практика, Воронеж, 2015); под ред. проф. Тулупова и доц. Полевого Ю.Л. (Связи с общественностью: базовые понятия, Воронеж, 2003), под ред. проф. Тулупова и доц. Топильской Е.Е. (Связи с общественностью: теория и практика, Воронеж, 2010).

Теоретическое обучение сочетается с практикой – учебной ознакомительной и производственной (коммуникационной проектной и преддипломной). В рамках первой из них решаются следующие задачи: обеспечение психологической адаптации студентов к избранной специальности, практическое знакомство с различными видами деятельности в организации, формирование мировоззрения профессионала на уровне представлений и начальных практических умений и навыков; повышение информационно-коммуникативного уровня подготовки студентов: приобретение умений и навыков в выборе объекта продвижения, написании текстов различных жанров (рекламных и документов в связях с общественностью), общении с заказчиками коммуникационных услуг, грамотного и доступного изложения мысли, анализа проблемных ситуаций и их последствий для организации.

Производственная практика на старших курсах предполагает отработку навыков и умений в сфере профессиональных коммуникаций. Этот вид

практики обеспечивает: преобразование приобретенных теоретических знаний в систему умений и навыков специалиста; совершенствование их комплексного совершенствования в процессе углубленного изучения работы рекламиста и специалиста по связям с общественностью со СМИ в организации, а также умения эффективно взаимодействовать с целевыми аудиториями, включая в первую очередь СМИ. Наиболее значимые базы учебных и производственных практик показаны (подтверждено договорами с организациями).

В качестве базы прохождения производственной практики выступают организации, специализирующиеся в области рекламы или связей с общественностью. Такие организации осуществляют полное или частичное приведение рекламной и / или PR-информации к готовой для распространения форме: коммуникационные группы, рекламные и PR-агентства, дизайн-студии, медиабайнговые агентства, маркетинговые, рекламные и PR-подразделения средств массовой информации и др. Кроме того, базой практики выступает любое предприятие, структура которого содержит подразделение, осуществляющее коммуникационную публичную деятельность. Важными базами учебной практики являются факультетские СМИ, рекламный центр ВГУ, пресс-служба ВГУ, пресс-центр факультета журналистики, студенческие рекламные агентства, рекламная и PR-лаборатория. Назовем основные базы практики для обучающихся по направлению «Реклама и связи с общественностью».

*Таблица 3*

**Сведения о местах проведения практик студентов  
направления 031600 – «Реклама и связи с общественностью»**

<i>№</i>	<i>Наименование вида учебной (У) и производственной практики (ПП)</i>	<i>База практики</i>	<i>Численность обучаемых студентов</i>
1	Учебная (У) Учебная ознакомительная	ФРОС Region PR	7
		Маркетинговое агентство Event	2
		Отдел информационных проектов управления региональной политики правительства Воронежской области	4
		Секретариат Воронежской областной Думы	3
		Пресс-служба Воронежской областной Думы	4
		Региональное отделение всероссийской политической	3

		партии «Единая Россия»	
		Управление Федеральной службы государственной регистрации, кадастра и картографии по Воронежской области	1
		РК «Первая рекламная компания» ТД «Морозко»	1
		рекламное агентство «Live Media»	1
		ООО «Пульс»	1
		Пресс-служба ВГУ	6
		Пресс-служба ф-та журналистики ВГУ	1
		РА ООО «Бренд Медиа»	2
		Рекламное агентство «Академия рекламы»	2
		Коммуникационное агентство «PR-mediagroup»	4
2	Производственная коммуникационная проектная (ПР)	филиал «Российской газеты» в ЦФО	5
		Департамент здравоохранения ВО	3
		Интернет-журнал Downtown	2
		ООО «ИКФ Солвер»	1
		ГУВД Воронежской области	1
		ОО «Центр защиты прав СМИ»	1
		Турагентство «Магеллан»	1
		Журнал «Дорогое удовольствие»	1
		Шопинг-гид «Я покупаю»	1
		LEGO VRN	2
		Департамент здравоохранения правительства Воронежской области	3
		РА ООО «Бренд Медиа»	2
		Отдел маркетинга воронежского филиала «ЭР-Телеком»	1
		ИА «Воронеж-медиа»	1
		«Воронежский городской портал – 360n.ru»	1
		ООО Фирма «Лев»	3
		ООО «Marketing Line»	1
		Служба корпоративных коммуникаций ЮВЖД	2
		пресс-служба УМВД России по Липецкой области	1
		РА «Бренд Медиа»	1

		ФРОС «Region PR»	5
		ОАО «Ростелеком»	1
		Редакция общественно-политической газеты «Новая жизнь» (г.Усмань Липецкой области)	1
		Торгово-промышленная палата Воронежской области ВЦ «Вета»	1
		ООО «Хэндхантер»	3
		Некоммерческое партнерство «Клуб межкультурного взаимодействия «ИнтерАкция»	1
		Воронежская региональная культурно-просветительская организация «Наша история»	1
		Курская торгово-промышленная палата РФ	1
		ООО «Мэйко»	1
		ООО «Трейдимпекс»	1
		Потребительский жилищно-строительный кооператив «Учитель»	1
		ЗАО «Синемаменеджмент»	1
		ООО «Альтаир»	1
3	Производственная преддипломная (ПР)	ФРОС Region PR	6
		Маркетинговое агентство Event	3
		Отдел информационных проектов управления региональной политики правительства Воронежской области	2
		Секретариат Воронежской областной Думы	3
		Пресс-служба Воронежской областной Думы	6
		Региональное отделение всероссийской политической партии «Единая Россия»	2
		Управление Федеральной службы государственной регистрации, кадастра и картографии по Воронежской области	1
		РК «Первая рекламная компания» ТД «Морозко»	1
		Пресс-служба ВГУ	7

	Пресс-служба ф-та журналистики ВГУ	3
	рекламное агентство «Live Media»	1
	ООО «Пульс»	1
	РА ООО «Бренд Медиа»	
	Рекламное агентство «Академия рекламы»	1
	Коммуникационное агентство «PR-mediagroup»	4
	Отдел по СО филиала «Российской газеты»	3
	Департамент здравоохранения ВО	3
	Интернет-журнал Downtown	2
	ООО «ИКФ Солвер»	1
	ГУВД Воронежской области	1
	ОО «Центр защиты прав СМИ»	1
	Турагентство «Магеллан»	1
	Журнал «Дорогое удовольствие»	1
	Шопинг-гид «Я покупаю»	1
	LEGO VRN	2
	Департамент здравоохранения правительства Воронежской области	3
	РА ООО «Бренд Медиа»	3
	Отдел маркетинга воронежского филиала «ЭР-Телеком»	1
	ИА «Воронеж-медиа»	2
	«Воронежский городской портал – 360n.ru»	3
	ООО Фирма «Лев»	5
	ООО «Marketing Line»	2
	Служба корпоративных коммуникаций ЮВЖД	2
	пресс-служба УМВД России по Липецкой области	1
	РА «Бренд Медиа»	2
	ФРОС «Region PR»	
	Редакция общественно-политической газеты «Новая жизнь» (г.Усмань Липецкой области)	1
	Торгово-промышленная палата Воронежской области ВЦ «Вета»	1

По каждой практике разработаны выпускающими кафедрами и утверждены НМС факультета программы практик, назначены руководители практик. Разработано Положение о порядке проведения практик

обучающихся в Воронежском государственном университете по направлению подготовки 031600 – «Реклама и связи с общественностью». Отчеты по результатам учебной и производственных практик ежегодно обсуждаются на заседаниях кафедр, Ученого совета факультета и в ходе специально организуемых конференций практик факультета.

Рецензии специалистов базы практики являются обязательным при защите студентами производственной практики на факультете. Таким образом, все студенты получают характеристики от потенциальных работодателей.

Наряду с этим поддерживаются и развиваются иные формы партнерства с работодателями: мастер-классы практиков, участие практиков в семинарских занятиях, участие практиков в заседаниях ГЭК. К эффективным формам сотрудничества относятся: участие представителей отраслей в ежегодных Всероссийских научно-практических конференциях по проблемам массовой коммуникации, выпуск учебно-методических изданий совместно с практиками, участие представителей отраслей в заседаниях регионального УМО, День карьеры. Так, Шаталов Г.В., Президент Коммуникационной группы «Region PR», Член Экспертного совета Национальной премии в области развития общественных связей «Серебряный Лучник», член Международной ассоциации бизнес-коммуникаторов (IABC), с 2009 г. является руководителем базы практики и принимает участие в факультетских мероприятиях.

26 марта 2014 г. Шаталов Г.В. провел беседу со студентами и преподавателями факультета журналистики. Предмет разговора составили перспективы сотрудничества и содержание практики по заключенному между ФГБОУ ВО «ВГУ» и ФРОС «RegionPR» договору. 22 октября 2014 г. Шаталов Г.В. выступил перед студентами и магистрантами с размышлениями о состоянии PR-отрасли и событийного туризма в регионе. Регулярные встречи на факультете журналистики, участие преподавателей (Топильской Е.Е., Окс С.И., Щекиной И.А.) в заседаниях организованного Шаталовым Г.В. PR-клуба «RuPoR» – свидетельство партнерских отношений вуза и базы практики.

Партнерские отношения с такой базой практики, как Управление по взаимодействию со СМИ и административной работе Правительства Воронежской области (руководитель – Соколова О.В., пресс-секретарь губернатора Воронежской области Гордеева А.В.), проявляется в следующем. Данный орган государственной власти активно привлекает профессорско-преподавательский состав факультета журналистики ВГУ к участию в работе правительства в качестве экспертов. Так, в 2012–2015 гг. зав. каф. рекламы и дизайна Тулупов В.В. и зав. кафедрой связей с общественностью Топильская Е.Е. неоднократно принимали участие в работе комиссии по формированию кадрового резерва Правительства Воронежской области.

Фестиваль рекламного творчества молодежи «ФРОГ» отметил свой 5-летний юбилей. Участники конкурсной программы фестиваля многие работы



выполняли по конкретным заказам фирм-партнеров (рекламные агентства «Медиа Базар», «White Rabbit», «Лев», «Новый штрих», «Риоритет», «ТИИМ РЕГИОН 36», «РАМашка», «ВоронежАрт», «Ардиз», «Вездеход», дизайн-студия «Альянс-дизайн», РИФ «Кварта», брендинговое агентство «Variobrand», Федеральная рекламная группа «Orange»; рекламные отделы компаний ОАО «РЖД», ОАО «Телесервис», Воронежский филиал «ВТБ», «Гидрогаз», «Зеленая планета», ООО «Инструментовоз», ООО «КОНТРАСТ Воронеж», ООО «Торговая компания «Финист», ООО «Много Мебели»; отделы рекламы СМИ: ИД «Липецкая газета», ИД «Свободная пресса», рекламно-информационный журнал «Выбирай», онлайн-СМИ «Downtown.ru»).

С целью мониторинга образовательного процесса, соблюдения требований трудовой и учебной дисциплины на кафедрах реализуются следующие мероприятия:

- заполнение индивидуальных планов преподавателей, в которых фиксируется деятельность преподавателя на весь учебный год;
- составление рабочих планов по всем дисциплинам с четким указанием даты проведения занятий и темы;
- ведение журнала выполнения нагрузки преподавателями и посещение занятий заведующими кафедрами с целью проверки наличия преподавателя на рабочем месте, соответствия заявленного занятия календарному плану;
- разработка графика проведения консультаций преподавателями для студентов.

**Заключение:** организация учебного процесса соответствует нормативным требованиям и документам и обеспечивает возможность подготовки специалистов в соответствии с требованиями ФГОС ВПО.

#### **4. НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ**

Научно-исследовательская работа (НИР) проводится на основании перспективных и ежегодных тематических планов в соответствии с профилем работы выпускающих кафедр и с Положением о НИР. За организацию и результаты НИР отвечает заместитель декана факультета журналистики по научной работе проф Сапунов В.И., ученый секретарь диссертационного совета Д 212.038.18 на базе ВГУ (доц. Щукина Л.С.), а также заведующие кафедрами и учебно-научными лабораториями.

Тема НИР факультета журналистики ВГУ: «Изучение истории, теории и практики функционирования средств массовой коммуникации». Тема проходит по разделу «19. Массовая коммуникация. Журналистика. Средства массовой информации. УДК 316.77; 070».

Перечень научных направлений кафедры рекламы и дизайна: История рекламы; Реклама в ряду других социальных институтов и смежных видов деятельности; Реклама в системе маркетинговых коммуникаций; Реклама в комплексе маркетинга; Реклама в сфере применения; Правовые и этические нормы в рекламной деятельности; Структуры рекламы; Жанры и формы рекламных обращений; Социология рекламы; Психология рекламы; Менеджмент в рекламе; Реклама в системе типоформирующих признаков СМИ; Дизайн рекламы; Дизайн в системе типоформирующих признаков СМИ; Газетно-журнальный дизайн; Звуковой дизайн; Телевизионный дизайн; Интернет-дизайн; Фотография в СМИ; Новые компьютерные технологии в СМК.

Перечень научных направлений кафедры связей с общественностью: История связей с общественностью; Связи с общественностью в ряду других социальных институтов и смежных видов деятельности; Связи с общественностью в системе маркетинговых коммуникаций; Правовые и этические нормы в СО-деятельности; Виды СО-деятельности; Структуры СО; Связи с общественностью в СМИ; СО-текст (жанры и формы).

В апреле 2015 г. был опубликован рейтинг Хирша ИЦ в РИНЦ по разделу «Массовая коммуникация. Журналистика». В списке из ста позиций 13 – принадлежат преподавателям факультета журналистики ВГУ: 3. Тулупов Владимир Васильевич (200 317 8); 5. Кройчик Лев Ефремович (81 283 7); 13. Хорольский Виктор Васильевич (72 129 5); 26. Новичихина Марина Евгеньевна (47 88 4); 30. Сапунов Владимир Игоревич (58 69 4); 45. Курганова Екатерина Борисовна (39 67 3); 53. Шестерина (Попова) Алла Михайловна (70 46 3); 58. Гордеев Юрий Анатольевич (22 35 3); 62. Браславец Лада Александровна (13 32 3); 63. Дьякова (Киселева) Тамара Александровна (32 29 3); 64. Давтян Ануш Арамовна (44 21 3); 89. Богоявленский Андрей Евгеньевич (16 51 2); 94. Голуб Владимир Александрович (26 42 2).

Преподаватели факультета защищают диссертации по рекламной проблематике в диссертационном совете Д 212.038.18 при ВГУ по специальности 10.01.10 – журналистика, действующем с 2004 г. (Давтян А.А. «Персонаж как элемент телевизионной рекламы»; Курганова Е.Б. «Игровой аспект в современном рекламном тексте»; Щукина Л.С. «Полифункциональность речевых сообщений в системе рекламных коммуникаций» и др.).

Членами совета являются также коллеги из Москвы, Белгорода, Волгограда, Тамбова. Всего защищено 13 докторских диссертаций и 91 кандидатская диссертации.

География – РФ: Воронеж, Москва, Старый Оскол, Белгород, Курск, Елец, Тамбов, Нижний Новгород, Волгоград, Оренбург, Ростов-на-Дону, Тольятти, Уфа, Пермь, Томск, Ставрополь, Краснодар, Калининград; *др. страны*: Бангладеш, Ирак, Йемен, Таджикистан, Украина.

При факультете функционируют Академия наук региональной печати России и Научная лаборатория региональной журналистики.

С 1996 г. выходит научно-практический журнал «Акценты. Новое в массовой коммуникации» (выпущен 131 номер); в редколлегии – специалисты из Санкт-Петербурга, Екатеринбурга, Краснодара, Ростова-на-Дону и Томска.

С 2004 г. выходит научный журнал «Вестник ВГУ», серия «Филология. Журналистика», имеющий ВАКовский статус (выпущены 24 номера); в редколлегии – специалисты из Москвы, Санкт-Петербурга, Екатеринбурга, Ростова-на-Дону, Катовице (Польша).

С 1991 г. проводится Всероссийская конференция «Проблемы массовой коммуникации» (состоялось 26 конференций).

С 2000 г. проводятся Всероссийские конференции аспирантов и студентов «Журналистика, реклама, связи с общественностью: новые подходы» (состоялось 15 конференций).

## 5. МЕЖДУНАРОДНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ

У факультета журналистики ВГУ сложились научные и научно-методические связи с коллегами из Белоруссии (заключен договор о сотрудничестве с Институтом журналистики Белорусского государственного университета), Индонезии (заключен договор о взаимопонимании с Лондонской школой PR, Джакарта), Венгрии, Казахстана, Польши, Узбекистана, Украины, Чехии. Труды коллег периодически публикуются в альманахе «Акценты. Новое в массовой коммуникации» и в «Вестнике ВГУ» (серия «Филология. Журналистика»), зарубежные ученые участвуют в научно-практических конференциях. С недавнего времени альманах, подобно «Вестнику ВГУ», стал давать содержание номера в двуязычном варианте – на русском и английском языках.

В рамках Восьмого международного открытого студенческого форума «PR-цветок» (Белорусь, г. Минск) студентка Позднякова А. (научный руководитель – доцент Курганова Е.Б.) награждена дипломом за 2-е место в научной секции.

Журналисты и преподаватели журналистики из Великобритании, Германии, США выступали на факультете журналистики ВГУ с лекциями и мастер-классами.

Кроме того, доцент Курганова Е.Б., преп. Маслов А.С. прошли подготовку на курсах языковой и страноведческой подготовки профессорско-преподавательского состава Воронежского государственного университета Курганова Е.Б. участвовала в программе повышения квалификации «Academic English» ВГУ (2013 г.) и в пилотировании курса Британского Совета в России и издательства Cambridge University Press «Английский для преподавателей вузов», что подтверждено сертификатом (2013 г.). В результате Курганова Е.Б. опубликовала соответствующее пособие, выступила с открытой лекцией на английском языке и методически осмыслила перспективность интернационализации в подготовке бакалавров рекламы и связей с общественностью: Курганова Е.Б. Обучение PR на

английском языке: миф или реальность российских вузов? // СМИ в современном мире: Петербургские чтения. Международная научная конференция, 24-25 апреля 2014 года. СПбГУ. Электронный сборник тезисов. СПб., 2014. URL: <http://jf.spbu.ru/conference/4279/4354.html> (дата обращения 19.03.2014).

Осуществлялся академический обмен и обучение студентов за рубежом (Китай, Германия, Эстония и др.).

В последние годы факультет журналистики активизировал издательскую деятельность, и отраднo, что заказы на наши книги и учебные пособия, продолжающиеся периодические издания поступают из стран СНГ.

**Заключение:** Направления международного сотрудничества достаточно актуальны. Для повышения эффективности международной деятельности целесообразно расширить участие молодых преподавателей в научных и образовательных проектах, усилить их «языковую подготовку».

## **6. СОЦИАЛЬНО-БЫТОВОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ОБУЧАЮЩИХСЯ И ВНЕУЧЕБНАЯ РАБОТА**

В Воронежском государственном университете создана социокультурная среда вуза и благоприятные условия для развития личности и регулирования социально-культурных процессов, способствующих укреплению нравственных, гражданственных, общекультурных качеств обучающихся. В университете воспитательная деятельность рассматривается как важная и неотъемлемая часть непрерывного многоуровневого образовательного процесса. Воспитательная деятельность регламентируется нормативными документами и, в первую очередь, Концепцией воспитательной деятельности, основной целью которой является социализация личности будущего конкурентоспособного специалиста с высшим образованием, обладающего высокой культурой, интеллигентностью, социальной активностью, качествами гражданина-патриота.

В соответствии с Концепцией разработаны Программа воспитательной деятельности и Концепция профилактики злоупотребления психоактивными веществами и др. Программа включает следующие направления воспитательной деятельности: духовно-нравственное воспитание; гражданско-патриотическое и правовое воспитание; профессионально-трудовое воспитание; эстетическое воспитание; физическое воспитание; экологическое воспитание.

Координационным органом студенческих объединений ВГУ является Совет обучающихся, определяющий ключевые направления развития внеучебной жизни в университете и призванный обеспечить эффективное развитие студенческих организаций, входящих в его состав.

Факультет журналистики располагает достаточной материально-технической базой для обеспечения учебного процесса и социально-бытовых

условий сотрудников и студентов в соответствии с лицензионными нормативами и санитарно-гигиеническими требованиями.

В учебном корпусе № 6 ВГУ располагается столовая. Время работы: с 9 до 19 часов, что дает возможность студентам систематически и своевременно питаться, а в графике учебного расписания предусмотрены перемены продолжительностью от 5 до 20 минут. В учебном корпусе № 6 ВГУ имеется спортивный зал, оснащенный современными тренажерами и спортивными снарядами. Для самостоятельных занятий спортом под контролем инструктора выделяются часы вечерних занятий с 17.00 до 21.00.

Иногородние студенты факультета журналистики обеспечиваются местами проживания в общежитии ВГУ. Количество мест достаточное. Общежитие обеспечено мягким и жестким инвентарем по существующим нормативам. Санитарная норма проживания на одного человека – 6 квадратных метров. Организована комната отдыха (телевизор, художественная и специальная литература, специальные журналы, газеты). На каждом этаже находится кухонная комната, оборудованная плитами. Работает комната самоподготовки, где студенты имеют возможность готовиться к занятиям. Условия проживания студентов в общежитии ВГУ соответствуют санитарно-гигиеническим нормам.

При ВГУ работает медпункт, что дает возможность студентам по необходимости обращаться в любое время за получением медицинской помощи. В объем работы медпункта входит: а) профилактический комплексный медицинский осмотр; б) оказание медицинской помощи при обращении студентов по поводу заболевания или получения травмы; в) оказание экстренной медицинской помощи до прибытия скорой медицинской помощи; г) проведение профилактических прививок. На постоянном учете в медпункте состоят все студенты дневного отделения факультета. Также студенты факультета состоят на учете и получают медицинскую помощь в студенческой поликлинике г. Воронежа.

Студенческий профсоюзный комитет и отдел социальной работы Университета целенаправленно и систематически ведут работу по организации отдыха студентов. Два раза в год, в зимние и летние каникулы, студентам предоставляются льготные и бесплатные путевки на университетскую базу отдыха «Веневитиново».

В целом социально-бытовые условия соответствуют установленным нормативам.

В течение 7 лет на факультете работает Школа юных журналистов, в которой на бесплатной основе занимаются ученики 8-10 классов; с 2013 г. при гимназии им. А.В. Кольцова начала работать Школа юных корреспондентов.

Факультет журналистики ежегодно совместно с Департаментом образования, науки и молодежной политики Воронежской области проводит фестиваль школьных и студенческих СМИ «Репортер».

Факультет журналистики в течение 20 лет проводит региональную олимпиаду старшеклассников по журналистике в форме телевизионного конкурса «Проходной балл».

Факультет ведет значительную общественную деятельность. На факультете действует фонд выпускников и друзей журфака ВГУ «Содружество» (председатель – доц. Золотухин А.А.). Декан Тулупов В.В. возглавляет Гильдию аналитических журналистов, является членом президиума Воронежской областной организации Союза журналистов России, Художественного совета при губернаторе Воронежской области, экспертного совета УФАС, а также Общественной Палаты Воронежской области.

Преподаватели кафедры стилистики и литературного редактирования ведут блог по русскому языку, участвуют в ТВ- и РВ-передачах, посвященных русскому языку.

Большая работа ведется преподавателями и сотрудниками по медиаобразованию (спецклассы в школах г. Воронежа, Школа юных журналистов для учащихся 8-10 классов, Воскресная школа журналистики для 11-классников, фестивали юношеских и молодежных СМИ и др.).

К традиционным мероприятиям факультета журналистики относятся: сентябрьское «Посвящение в студенты», фестивали «Первокурсник» и «Студенческая весна», День факультета, концерты, смотры художественной самодеятельности, КВН «Преподаватели – Студенты», городские турниры по мини-футболу среди журналистов (имени телекомментатора Владимира Затонского, Кубок журфака), спартакиада журналистов ЦЧР и Центральной России, День дублера, заседания Пресс-клуба.

Преподаватели факультета активно сотрудничают со средствами массовой информации: ведут блоги, участвуют в телевизионных и радиопередачах, посвященных русскому языку, в выпуске публицистического альманаха «Университетская площадь», поэтического альманаха «День поэзии», ведут телепрограммы («Встречи на журфаке» – сайт факультета, «ТНТ-Губерния»), радиoproграммы («Территория слова» – ВГТРК, «Азбука с Владимиром Тулуповым» – Радио «Губерния» и др.). Заведующая кафедрой стилистики и литературного редактирования Шишлянникова А.М. является членом совета по русскому языку при Воронежской областной Думе.

**Заключение:** в целом социально-бытовые условия соответствуют установленным нормативам; реализуемая социальная и общественная деятельность способствуют совершенствованию и эффективному обеспечению образовательной и научной деятельности по подготовке бакалавров рекламы и связей с общественностью.

## 7. КАДРОВОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

Кадровое обеспечение – важнейшее условие, определяющее качество подготовки специалистов.

Среди преподавателей факультета 9 докторов и 39 кандидатов наук. Многие преподаватели по-прежнему работают в практической журналистике – сотрудничают как с местными изданиями, так и региональными редакциями федеральных СМИ. Остепенненность ППС, обеспечивающих ООП «Связи с общественностью» составляет 86 %, докторов наук – 10 %. Среди ППС 11 % составляют представители работодателей.

100 % преподавателей факультета, участвующих в реализации образовательной программы по специальности 031600 «Реклама и связи с общественностью», участвуют в научной и/или научно-методической деятельности.

Данные по кадровому обеспечению соответствуют контрольным показателям государственной аккредитации. Требования стандарта в части кадрового обеспечения выполняются.

К образовательному процессу по дисциплинам профессионального цикла привлечены преподаватели из числа действующих работодателей. Большинство преподавателей является членами профессиональных и профессионально-общественных организаций.

На выпускающих кафедрах – рекламы и дизайна, связей с общественностью – работают члены Союза журналистов России к.ф.н. Колобов В.В., к.ф.н. Попов С.А., д.ф.н. Тулупов В.В.; члены Гильдии аналитических журналистов к.ф.н Тулупов В.В. и д.ф.н. Тулупов В.В. Доцент С.А.Попов – член редакционного совета международного научного журнала «Логос ономастики» (Украина, г. Донецк) и член комиссии по информационным спорам Избирательной комиссии Воронежской области (с 2012 г.).

**Заключение:** в целом кадровый состав, обеспечивающий учебный процесс

бакалавриата по рекламе и связям с общественностью, соответствует нормативным требованиям.

## **8. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ**

Общая площадь на одного обучающегося, приведенная к очной форме обучения, составляет 10,5 м<sup>2</sup>. Количество лекционных аудиторий – 4, лабораторно-практических – 21.

На факультете функционируют филиал ЗНБ со своим читальным залом, фотолаборатория, телестудия, радиостудия, видеокласс, типографическая лаборатория, интернет-центр, лаборатория конвергентной журналистики, работают Интернет и электронная почта.

Обеспеченность учебной и учебно-методической литературой на одного студента – в среднем 1 экз. Дисплейное время на одного студента в год – 112,4 часа. Оснащенность учебно-лабораторным оборудованием достаточная. За последние годы значительно возросло количество компьютеров. Это позволило широко внедрить в научный и учебный процессы современные информационные технологии.

*Стоимость учебно-лабораторного оборудования:*

1. Оборудование 4 компьютерных классов (стоимость – более 2 млн. руб.).
2. Оборудование Лаборатории конвергентной журналистики, учебных аудиторий и кафедр (более 2 млн. руб.).
3. Оборудование телестудии: мобильный многоканальный телевизионный комплекс, видеокамеры, монтажные студии, аудиомикшеры, осветительный комплект (более 5 млн. руб.).
4. Оборудование радиостудии (более 500 тыс. руб.).
5. Оборудование типографической лаборатории (более 2 млн. руб.).
6. Оборудование фотографической лаборатории (более 1 млн. руб.).
7. Оборудование интернет-центра факультета (более 1 млн. руб.).

**Заключение:** в целом материально-техническая база для обеспечения учеб-

ного процесса бакалавриата по рекламе и связям с общественностью соответствует нормативным требованиям.

## **9. ВЫВОДЫ**

В результате проведенного самообследования можно отметить следующее:

1. Перечень, объем, последовательность и преемственность изучения дисциплин учебного плана, содержание и уровень подготовки по направлению 031600 – «Реклама и связи с общественностью» соответствуют требованиям Государственного образовательного стандарта высшего профессионального образования.

2. Методическое обеспечение учебного процесса соответствует задачам и содержанию учебного плана.

3. Качественный состав абитуриентов, участвующих в конкурсном отборе, соответствует общеуниверситетскому уровню.

4. Уровень научно-педагогической квалификации профессорско-преподавательского состава соответствует целям, задачам и специфике профессиональной подготовки специалистов: 86 % преподавателей, проводящих занятия по образовательным программам направления направлению 031600 – «Реклама и связи с общественностью», имеют ученые степени и звания, при этом 10 % преподавателей имеют ученую степень доктора наук.

5. Условия ведения образовательного процесса по реализуемым циклам дисциплин достаточны для подготовки специалистов по направлению 031600 – «Реклама и связи с общественностью». Материально-техническая база кафедр, оснащенность лабораторий, занимаемые площади соответствуют лицензионным требованиям.

6. Организация управления подготовкой по аттестуемой образовательной программе характеризуется значительной эффективностью,



то есть подавляющее большинство выпускников трудоустраивается по профилю подготовки.

На основании вышеизложенного можно сделать вывод:

- условия, существующие на факультете журналистики ВГУ, достаточны для реализации образовательной программы специалистов по направлению 031600 – «Реклама и связи с общественностью»;

- содержание и качество подготовки на факультете журналистики ВГУ обучающихся по направлению 031600 – «Реклама и связи с общественностью» соответствует квалифицированным требованиям, предусмотренным Государственным образовательным стандартом ВПО;

- ООП по направлению 031600 – «Реклама и связи с общественностью» к внешней проверке готова.

### **Общее заключение**

Лицензионные нормативы выполняются. Содержание, качество и уровень подготовки студентов соответствуют требованиям Федерального государственного образовательного стандарта по направлению 031600 – «Реклама и связи с общественностью». Условия, материальная база ведения образовательного процесса и научно-исследовательская деятельность по реализуемым образовательным программам достаточны для подготовки бакалавров по профилям «Реклама в СМИ», «Связи с общественностью в СМИ».

Признать готовность направления 031600 – «Реклама и связи с общественностью в СМИ» / бакалавриат/ к государственной аккредитации.

Комиссия по самообследованию:

Декан факультета журналистики

Тулупов В.В.

Заведующий кафедрой рекламы и дизайна

Тулупов В.В.

Заведующий кафедрой связей  
с общественностью

Топильская Е.Е.