

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

Факультет журналистики

**ОТЧЕТ**  
**о результатах самообследования**  
**основной образовательной программы по направлению**  
**магистратуры 031600 «Реклама и связи с общественностью»**  
**(программа «Реклама и связи с общественностью в СМИ»**  
**и «Реклама и связи с общественностью в туризме»)**  
**за 2014-2015 гг.**

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

Воронеж – 2015

## 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 магистров по основной образовательной программе (ООП) по направлению 031600 «Реклама и связи с общественностью» (программа «Реклама и связи с общественностью в СМИ» и «Реклама и связи с общественностью в туризме») осуществляется в ВГУ с 2014г. в соответствии с приказами и нормативно-методическими документами Министерства образования и науки Российской Федерации. Основу нормативно-правового обеспечения реализации аккредитуемой ООП составляют:

- Федеральный закон от 29.12.2012 г., № 273 «Об образовании в Российской Федерации» (с последующими дополнениями и изменениями);
- Устав ФГБОУ ВО «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 (магистратура), утвержденный приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 08.04.2015 г. № 372;
- 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 магистратура, 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 магистратураа, 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» (программ «Реклама и связи с общественностью в СМИ» и «Реклама и связи с общественностью в туризме») реализуют две выпускающие кафедры: кафедра рекламы и дизайна и кафедра связей с общественностью.

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. Выпускающая кафедра – кафедра связей с общественностью (заведующий – кандидат филологических наук, доцент Топильская Елена Евгеньевна). Год основания кафедры – 2006. Обе кафедры осуществляют подготовку по направлению магистратуры «Реклама и связи с общественностью» (программы «Реклама и связи с общественностью в СМИ» и «Реклама и связи с общественностью в туризме»)

Основным локальным актом по организации учебного процесса на кафедре является учебный план подготовки магистров по направлению 031600 – «Реклама и связи с общественностью», программы «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 публик 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» иностранные студенты проходят подготовку в рамках программы «Реклама и связи с общественностью в СМИ» и «Реклама и связи с общественностью в туризме». В соответствии с избранной программой студенты определяются с темой научного исследования.

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

035100 – «Телевидение» (магистратура). В 2013 г. открыта специальность ВО 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 программа подготовки магистров по программе «Реклама и связи с общественностью в СМИ» и «Реклама и связи с общественностью в туризме» реализуются на базе профильных выпускающих кафедр университета. Лицензионные нормативы выполняются.

## **2. ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ**

### *2.1. Содержание подготовки магистров*

Подготовка магистров по ООП 031600 «Реклама и связи с общественностью» осуществляется по очной форме обучения с присвоением квалификации «Магистр рекламы и связей с общественностью».

Содержание подготовки направлено на реализацию организационно-управленческой, информационно-аналитической и прогнозно-аналитической, 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 магистров 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), концептуализация на основе анализа и прогнозов коммуникационной деятельности организации (позиционирования, имиджирования) в штатной и кризисной ситуации.

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

В структуру ООП входят:

- государственный образовательный стандарт по соответствующему направлению подготовки;
- перечень программ профессиональной подготовки, реализуемых в рамках направления, утвержденных Ученым советом университета;
- учебный план с вариативной частью, соответствующей реализуемой программе подготовки магистров («Реклама и связи с общественностью в СМИ» и «Реклама и связи с общественностью в туризме»);
- 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 ВО 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 магистров требованиям государственного образовательного стандарта и другим нормативным документам представлен в таблице 1.

**Таблица 1 Анализ соответствия рабочего учебного плана магистров 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>М1</b>	Общенаучный цикл:	4-10	8	288	0

<b>М1.Б</b>	Базовая часть	2-6	6	216	0
<b>М1.В</b>	Вариативная часть	-	2	72	-
<b>М2</b>	Профессиональный цикл	50-60	60	2160	0
<b>М2.Б</b>	Базовая часть	10-20	14	504	0
<b>М2.В</b>	Вариативная часть	30-50	46	1656	0
<b>М3</b>	Практики, НИР	30-40	31	1116	0
<b>М4</b>	ИГА	20-30	21	756	0
<b>ФТД</b>	Факультативы	2-6	4	144	0

Содержание подготовки соответствует ООП, требованиям ГОС ВО 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 ВО 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» (программа «Реклама и связи с общественностью в СМИ» и «Реклама и связи с общественностью в туризме») осуществляется на очном отделении с присвоением квалификации магистра рекламы и связей с общественностью.

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

очная форма обучения – 5 чел., контингент обучающихся на платной основе отсутствует.

Выпуск планируется в 2016 году

Контрольные цифры приема заполнены полностью (табл.2.).

**Таблица 2 Динамика контингента обучающихся по годам приема (бюджет/договор)**

Направление 031600 «Реклама и связи с общественнос тью»	2011-2012	2012-2013	2013 - 2014	2014-2015
Дневное отделение, бюджет	-	-	9	10
Дневное отделение, договор	-	-	1	4
Заочное отделение, Бюджет	5	-	-	-
Заочное отделение, Договор	-	-	-	-
Всего	5	-	10	14

Важное место в подготовке магистров 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 магистратураа (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 магистров 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 магистратураа в реальных проектах в течение года учитывалось как практика.

**Таблица 3 Динамика выпуска**

<i>031600 «Реклама и связи с общественностью»</i>	<i>2011-2012</i>	<i>2012-2013</i>	<i>2013-2014</i>	<i>2014-2015</i>
Завершило обучение, чел.	-	-	-	0
% аттестованных от числа завершивших обучение	-	-	-	0
Средний балл (госэкзамен)	-	-	-	0
Средний балл (ВКР)	-	-	-	0

Оценка качества освоения ООП магистратураа включает:

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

Количество текущих форм контроля студентов-магистрантов, уровень требований при проведении текущего и промежуточного контроля

достаточны для оценки степени подготовленности выпускников к выполнению требований ФГОС ВО.

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 65 %. Для оценки качества подготовки студентов-магистрантов деканат факультета журналистики 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 магистерской диссертации. Она выполняется 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 ВО 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 «Медиастарт», «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.

В 2015 году студенты-магистранты I курса направления «Реклама и связи с общественностью» К. Азарян, О. Кренёва, В. Пухов, Д. Ноздрачёва, А. Чернышёв, Т. Гусева приняли участие в молодежном фестивале рекламы «FROG (Девиз «Мечтай! Твори! Побеждай!»). Магистранты представили баннер антинаркотической кампании «В белых тапках» и заняли 3-е место в номинации «Интернет-реклама».

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».

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».

### **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 ВО и составляет 24 академических часа 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 ВО 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» (программ

«Реклама и связи с общественностью в СМИ» и «Реклама и связи с общественностью в туризме»).

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 ВО 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 ВО экзаменационных билетов и вопросов к зачетам по всем дисциплинам учебного плана специальности.

Программы дисциплин ООП по программе «Реклама и связи с общественностью в СМИ» и «Реклама и связи с общественностью в туризме» способствуют развитию общекультурных компетенций магистров, что особо важно в связи профессиональной деятельностью, разнаправленной 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 ВО.

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» 2015 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 ВО 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, 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-магистрантами при изучении дисциплин ранее. Данный принцип преемственности в обучении реализуется не только по вертикали учебного плана, но и по горизонтали практик. Магистерская диссертация обнаруживает связь с практиками 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-магистранты 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-магистранты 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 – учебно-коммуникационной, коммуникационной творческой, производственно-аналитической. В рамках первой из них решаются следующие задачи: Сформировать представление о специфике публичной коммуникации в разнообразных ситуациях, приобрести навыки работы в структуре, выполняющей функции рекламы и СО: агентстве, пресс-службе, отделе маркетинга и развития и т.п. Приобрести навыки эффективной работы в составе творческого и / или исследовательского коллектива на региональном и /или федеральном рынке СО. Приобрести навыки анализа чужой деятельности при планировании и реализации, контроле и оценке рекламных кампаний и кампаний в связях с общественностью при решении производственных задач заместителя руководителя коммуникационного проекта в интересах организации, публичной персоны, общественной организации, политической партии, СМИ, органа государственной власти и т.п.

Производственно-ознакомительная практика предполагает приобретение навыков консультанта и эффективной работы в качестве руководителя творческого коллектива на региональном и / или федеральном рынке рекламы и СО, навыков организации и корректировки чужой деятельности при планировании и реализации, контроле и оценке рекламных кампаний и кампаний в связях с общественностью при решении производственных задач, выступить руководителем коммуникационного проекта в интересах организации, публичной персоны, общественной организации, политической партии, СМИ, органа государственной власти и

т.п. Кроме того, практика в рекламной и СО-структуре помогает магистранту скорректировать концепцию магистерской диссертации с учетом результатов новой практики и их критичного осмысления и переосмысления.

В ходе производственно-аналитической практики происходит формирование общепрофессиональной компетенции магистра в сфере рекламы и связей с общественностью, умеющего планировать и осуществлять коммуникационные кампании и мероприятия в соответствии с собственной креативной идеей и с целями и задачами заказчика коммуникационных услуг (актера, организации, органа госвласти, общественного объединения и т.п.). при этом происходит формирование устойчивых навыков планирования коммуникационной кампании под ту или иную собственную либо заказчика креативную идею. Особое место отводится тому, чтобы учитывать и обосновывать при этом преимущества и риски для организации в сфере публичной коммуникации, учитывать при этом ситуации взаимодействия с целевыми аудиториями, проявить навыки работы в структуре, выполняющей функции рекламы и СО: агентстве, пресс-службе, отделе маркетинга и развития и т.п. Проявить навыки эффективной работы в качестве помощника руководителя в составе творческого коллектива на региональном и / или федеральном рынке рекламы и СО. Проявить навыки организации и корректировки чужой деятельности при планировании и реализации, контроле и оценке рекламных кампаний и кампаний в связях с общественностью при решении производственных задач, выступить руководителем коммуникационного проекта в интересах организации, публичной персоны, общественной организации, политической партии, СМИ, органа государственной власти и т.п.

В качестве базы прохождения практики выступают рекламный центр ВГУ, пресс-служба ВГУ, пресс-центр факультета журналистики. 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 обязательными при защите практики.

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.

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 магистров в соответствии с требованиями ФГОС ВО.

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

Научно-исследовательская работа (НИР) проводится на основании перспективных и ежегодных тематических планов в соответствии с

программам 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.

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 магистров 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); Kurganova E. PR: Principles and Practice (syllabus, case study, glossary): manual. Voronezh: The Department of Journalism, 2014. - 40 p. [Курганова Е. PR: принципы и практика (учебный курс, задачник, глоссарий): учебно-методическое пособие. - Воронеж: Факультет журналистики, 2014. - 40 с.]

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

В последние годы факультет журналистики активизировал издательскую деятельность, и отрадно, 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.

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.

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 журналистики 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»), радиопрограммы («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 магистров 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.

Заключение: в целом кадровый состав, обеспечивающий учебный процесс магистратуры по рекламе и связям с общественностью в СМИ, 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 магистратураа 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» (программа «Реклама и связи с общественностью в СМИ» и «Реклама и связи с общественностью в туризме») 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 магистров по направлению 031600 – «Реклама и связи с общественностью». Материально-техническая база кафедр, оснащенность лабораторий, занимаемые площади соответствуют лицензионным требованиям.

На основании вышеизложенного можно сделать вывод:

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

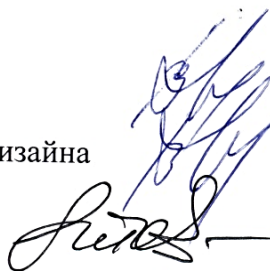
- содержание и качество подготовки на факультете журналистики ВГУ обучающихся по направлению 031600 – «Реклама и связи с общественностью» соответствует квалифицированным требованиям, предусмотренным Государственным образовательным стандартом ВО; - ООП по направлению 031600 – «Реклама и связи с общественностью» 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 магистров по программе «Реклама и связи с общественностью в СМИ» и «Реклама и связи с общественностью в туризме».

Признать готовность направления 031600 «Реклама и связи с общественностью» (программа в «Реклама и связи с общественностью в СМИ») /магистратура/ к государственной аккредитации.

Комиссия по самообследованию:  
Декан факультета журналистики  
Заведующий кафедрой рекламы и дизайна  
Заведующий кафедрой связей  
с общественностью

Handwritten signatures in blue ink, including a large signature at the bottom and two smaller ones above it.

Тулупов В.В.

Тулупов В.В.

Топильская Е.Е.