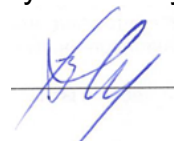


МИНОБРНАУКИ РОССИИ  
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ  
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«ВОРОНЕЖСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»  
(ФГБОУ ВО «ВГУ»)

Декан факультета журналистики



Тулупов В. В.  
26.05.2022 г.

**ПРОГРАММА  
ГОСУДАРСТВЕННОЙ ИТОГОВОЙ АТТЕСТАЦИИ**

- 1. Код и наименование специальности:** 56.05.05 Военная журналистика
- 2. Направленность (профиль):** Военная журналистика
- 3. Квалификация выпускника:** журналист
- 4. Форма(ы) обучения:** очная
- 5. Утверждена** Ученым советом факультета журналистики (протокол № 5 от 26.05.2022)
- 6. Учебный год:** 2026–27

**7. Цель государственной итоговой аттестации:** определение соответствия результатов освоения обучающимися основной профессиональной образовательной программы 56.05.05 Военная журналистика соответствующим требованиям ФГОС по специальности 56.05.05 Военная журналистика, утвержденный приказом Минобрнауки России от 02.04.2020 № 528дсп.

**8. Место государственной итоговой аттестации в структуре ОПОП:** Блок Б3, базовая часть.

**9. Форма(ы) государственной итоговой аттестации:**

- государственный экзамен;
- защита выпускной квалификационной работы (ВКР).

**10. Планируемые результаты освоения образовательной программы (компетенции выпускников и индикаторы их достижения):**

Код	Формулировка компетенции	Код и формулировка индикатора достижения компетенции
	<b>Универсальные компетенции</b>	
УК-1	Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий	УК-1.1. Определяет пробелы в информации, необходимой для проблемной ситуации. УК-1.2. Критически оценивает надежность источников информации, работает с противоречивой информацией из разных источников. УК-1.3. Рассматривает возможные варианты решения задачи, оценивая достоинства и недостатки
	<b>Общепрофессиональные компетенции</b>	
ОПК-4	Способен создавать благоприятное информационное поле вокруг деятельности своей организации или персоны; изучать и влиять на общественное мнение и поведение посредством организации эффективных коммуникаций, установления и поддержания многостороннего взаимодействия со средствами массовой информации и обществом	ОПК-4.1. Способен учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов. ОПК-4.2. Осуществляет свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы
ОПК-5	Способен использовать в своей профессиональной деятельности базовые знания о различных сферах жизни общества	ОПК-5.1. Способен ориентироваться в политической, экономической, религиозной, психологической и других сферах жизни общества, использовать знания о них в профессиональной деятельности. ОПК-5.2. Способен учитывать

		тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах. ОПК-5.3 Демонстрирует кругозор в сфере отечественного и мирового культурного процесса
ОПК-6	Способен ориентироваться в мировых тенденциях развития медиаотрасли и ее технической базы, постоянно совершенствовать знания в области новейших технологий, применяемых в сфере военных средств массовой информации	ОПК-6.1. Способен ориентироваться в современной системе средств массовой информации и конкретных типах СМИ. ОПК-6.3. Отбирает для осуществления профессиональной деятельности необходимое техническое оборудование и программное обеспечение. ОПК-6.4. Эксплуатирует современные стационарные и мобильные цифровые устройства на всех этапах создания журналистского текста и (или) продукта
ОПК-7	Способен учитывать в практической деятельности специфическую роль военной аудитории в процессе производства и потребления массовой информации	ОПК-7.1. Соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп. ОПК-7.2. Учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании журналистских текстов и (или) продуктов
ОПК-8	Способен разбираться в особенностях военной новостной журналистики и ее основных направлениях (проблемно-аналитическом, расследовательском, художественно-публицистическом), свободно ориентироваться в современной жанровой и стилевой специфике военной журналистики	ОПК-8.1. Выявляет отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ. ОПК-8.2. Осуществляет подготовку журналистских текстов и (или) продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского языка, особенностями иных знаковых систем. ОПК-8.3 Осуществляет поиск корректных творческих приемов при сборе, обработке и распространении информации в соответствии с общепринятыми стандартами и правилами профессии журналиста
ОПК-9	Способен использовать на практике	ОПК-9.1. Определяет поле

	знание основ организации научного исследования в сфере журналистики и связей с общественностью	исследования, разрабатывает или адаптирует методологию. ОПК-9.2. Собирает и анализирует информацию, применяя избранную методику, и формулирует полученные результаты. ОПК-9.3. Формирует научный текст в соответствии с академическими правилами и форматами
ОПК-10	Способен учитывать знание правовых, этических и экономических аспектов деятельности в военной журналистике, рекламе и связях с общественностью	ОПК-10.1. Знает совокупность экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях. ОПК-10.2. Осуществляет свои профессиональные журналистские действия с учетом механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы
<b>Профессиональные компетенции</b>		
ПК-1	Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта	ПК-1.1. Осуществляет поиск темы и выявляет существующую проблему. ПК-1.2. Получает информацию в ходе профессионального общения с героями, свидетелями, экспертами и фиксирует полученные сведения. ПК-1.3. Отбирает релевантную информацию из доступных документальных источников. ПК-1.4. Проверяет достоверность полученной информации, разграничивает факты и мнения. ПК-1.5. Готовит к публикации журналистский текст (или) продукт с учетом требований редакции СМИ или другого медиа. ПК-1.6. Создает медиапродукт с применением современных технологий
ПК-2	Способен осуществлять редакторскую деятельность в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, жанрами, стилями, технологическими требованиями разных типов СМИ и других медиа	ПК-2.1. Приводит журналистский текст и (или) продукт разных видов в соответствие с языковыми нормами. ПК-2.2. Учитывает технологические требования разных типов СМИ и других медиа при редактировании журналистского текста и (или) продукта
ПК-3	Способен участвовать в организации и реализации коммуникационных	ПК-3.1. Реализует типовые алгоритмы проектов и кампаний в

	кампаний, мероприятий, а также создании проектов	сфере рекламы и связей с общественностью. ПК-3.2. Использует результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта
--	--	--

## **11. Объем государственной итоговой аттестации в зачетных единицах / ак. час. – 9/324:**

- подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена – 3/108;
- подготовка к защите и процедура защиты ВКР – 6/216.

## **12. Государственный экзамен**

### **12.1 Процедура проведения государственного экзамена**

Государственный экзамен проводится по комплексу дисциплин образовательной программы, результаты освоения которых имеют определяющее значение для профессиональной деятельности выпускников. Государственный экзамен проводится устно в соответствии с Программой ГИА с использованием контрольно-измерительных материалов (далее – КИМ).

Ответственными за разработку КИМов являются куратор ОПОП, научно-педагогические работники кафедр факультета. Утверждает КИМы председатель ГЭК.

Продолжительность подготовки к ответу на государственном экзамене – 40 минут.

На государственном экзамене запрещено пользоваться справочниками и другой учебной, научной, методической литературой. Из вспомогательных материалов допускается использование только перечня вопросов с краткой характеристикой их содержания (см. раздел 12.3 настоящей Программы), предоставляемого ГЭК.

Лист ответа обучающегося с указанием даты, подписью обучающегося по завершении ответа сдается секретарю ГЭК.

По завершении экзамена ГЭК на закрытом совещании подводит итоги и выставляет оценки по шкале: «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно». Оценки «отлично», «хорошо», «удовлетворительно» означают успешное прохождение государственного аттестационного испытания.

Результаты государственного экзамена объявляются в день его проведения сразу после завершения совещания ГЭК по подведению итогов экзамена. Секретарь оформляет протоколы заседания и вносит записи результатов государственного экзамена в зачетные книжки обучающихся и экзаменационные ведомости.

**12.2. Перечень разделов, тем дисциплины (модуля) (дисциплин (модулей)) ОПОП, обеспечивающих получение профессиональной подготовки выпускника, проверяемой в ходе государственного экзамена:**

Коды компетенций (универсальных, общепрофессиональных, профессиональных) и индикаторов их достижения	Результаты обучения, проверяемые на государственном экзамене	Дисциплины ОПОП	Примечание
ОПК-4 (ОПК-4.1, ОПК-4.2)	<p>Знает: основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов.</p> <p>Умеет: влиять на общественное мнение и поведение посредством организации эффективных коммуникаций, установления и поддержания многостороннего взаимодействия со средствами массовой информации и обществом.</p> <p>Владеет: профессиональными действиями в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы</p>	<p>Б1.О.19 Основы рекламы  Б1.О.20 Основы связей с общественностью  Б1.О.36 Проектный менеджмент в массмедиа  Б1.О.50 Организация пресс-службы  Б1.О.52 Создание текста в связях с общественностью  Б1.О.64 Политические технологии в связях с общественностью  Б1.О.65 Создание СО-проекта</p>	—
ОПК-5 (ОПК-5.1, ОПК-5.2, ОПК-5.3)	Знает: тенденции развития общественных и государственных институтов.	<p>Б1.О.12 Медиаэкономика  Б1.О.13 Политология  Б1.О.14 Основы теории литературы</p>	—

	<p>Умеет: ориентироваться в политической, экономической, религиозной, психологической и других сферах жизни общества, использовать знания о них в профессиональной деятельности.</p> <p>Владеет: широким кругозором в сфере отечественного и мирового культурного процесса</p>	<p>Б1.О.15 История отечественной литературы  Б1.О.16 История зарубежной литературы  Б1.О.18 Основы журналистики  Б1.О.25 Психология журналистики  Б1.О.26 История отечественной журналистики  Б1.О.27 История зарубежной журналистики  Б1.О.29 Тематика и проблематика СМИ  Б1.О.33 История искусства  Б1.О.40 Военный конфликт и журналистика  Б1.О.42 Религия и СМИ  Б1.О.43 Современные зарубежные СМИ  Б1.О.44 Современные отечественные СМИ  Б1.О.45 История военной публицистики  Б1.О.48 Экспертная журналистика  Б1.О.53 Основы телевизионной и радиожурналистики</p>	
<p>ОПК-6 (ОПК-6.1, ОПК-6.3, ОПК-6.4)</p>	<p>Знает: мировые тенденции развития медиаотрасли и ее технической базы.</p> <p>Умеет: ориентироваться в современной системе средств массовой информации и конкретных типах СМИ; отбирать для осуществления профессиональной деятельности необходимое техническое оборудование и программное обеспечение.</p> <p>Владеет: знаниями в области новейших</p>	<p>Б1.О.17 Техника и технологии средств массовой коммуникации  Б1.О.22 Современные мультимедийные СМИ  Б1.О.31 Современные компьютерные технологии  Б1.О.37 Типология СМИ  Б1.О.54 Аудиовидеозапись  Б1.О.58 Создание видеопродукта  Б1.О.61 Видеосъемка и видеомонтаж  Б1.О.62 Создание радиопродукта</p>	<p>—</p>

	технологий, применяемых в сфере военных средств массовой информации		
ОПК-7 (ОПК-7.1, ОПК-7.2)	<p>Знает (учитывает): специфическую роль военной аудитории в процессе производства и потребления массовой информации.</p> <p>Умеет: соотносить социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп.</p> <p>Владеет: навыками анализа целевой аудитории при создании журналистских текстов и (или) продуктов</p>	Б1.О.24 Социология журналистики Б1.О.25 Психология журналистики	—
ОПК-8 (ОПК-8.1, ОПК-8.2, ОПК-8 .3)	<p>Знает: отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ.</p> <p>Умеет: осуществлять подготовку журналистских текстов и (или) продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского языка, особенностями иных знаковых систем.</p> <p>Владеет: творческими приемами при сборе, обработке информации в соответствии с общепринятыми стандартами и правилами профессии журналиста</p>	Б1.О.06 Речевая культура устной и письменной коммуникации Б1.О.09 Современный русский язык Б1.О.21 Технологии медиатворчества Б1.О.22 Современные мультимедийные СМИ Б1.О.30 Журналистское мастерство Б1.О.32 Военная фотожурналистика Б1.О.34 Современный медиатекст Б1.О.46 Журналистика и социальные сети Б1.О.47 Репортаж в журналистике Б1.О.59 Выпуск учебных СМИ	—
ОПК-10 (ОПК-10.1, ОПК-10.2)	Знает: совокупность экономических факторов, правовых и этических норм,	Б1.О.12 Медиаэкономика Б1.О.17 Техника и технологии средств	—



	<p>регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях</p> <p>Умеет: осуществлять свои профессиональные журналистские действия с учетом механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы.</p> <p>Владеет: знаниями правовых, этических и экономических аспектов деятельности в военной журналистике, рекламе и связях с общественностью</p>	<p>массовой коммуникации</p> <p>Б1.О.18 Основы журналистики</p> <p>Б1.О.21 Технологии медиатворчества</p> <p>Б1.О.23 Профессиональная этика военного журналиста</p> <p>Б1.О.28 Правовые основы журналистики</p> <p>Б1.О.49 Организация работы редакции военного СМИ</p>	
<p>ПК-1 (ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3, ПК-1.4, ПК-1.5, ПК-1.6)</p>	<p>Знает: как осуществлять поиск темы и выявлять существующую проблему.</p> <p>Умеет: получать информацию в ходе профессионального общения с героями, свидетелями, экспертами и фиксировать полученные сведения; проверять достоверность полученной информации, разграничивать факты и мнения.</p> <p>Владеет: навыками осуществления авторской деятельности с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта, навыками создания медиапродукта с применением современных технологий</p>	<p>Б1.О.22 Современные мультимедийные СМИ</p> <p>Б1.О.30 Журналистское мастерство</p> <p>Б1.О.32 Военная фотожурналистика</p> <p>Б1.О.46 Журналистика и социальные сети</p> <p>Б1.О.47 Репортаж в журналистике</p> <p>Б1.О.48 Экспертная журналистика</p> <p>Б1.О.53 Основы телевизионной и радиожурналистики</p> <p>Б1.О.54 Аудиовидеозапись</p> <p>Б1.О.58 Создание видеопродукта</p> <p>Б1.О.59 Выпуск учебных СМИ</p> <p>Б1.О.61 Видеосъемка и видеомонтаж</p> <p>Б1.О.62 Создание радиопродукта</p> <p>Б1.В.03 Информационные технологии в электронных средствах массовой информации</p>	<p>Соответствует авторскому типу задач профессиональной деятельности</p>

		<p>Б1.В.04 Звуковое оформление радио- и телепрограммы</p> <p>Б1.В.05 Прогноз в журналистике</p> <p>Б1.В.09 Информационная журналистика</p>	
ПК-2 (ПК-2.1, ПК-2.2)	<p>Знает: языковые нормы, стандарты, форматы, жанры, стили, технологические требования разных типов СМИ и других медиа.</p> <p>Умеет: приводить журналистский текст и (или) продукт разных видов в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, жанрами, стилями, технологическими требованиями разных типов СМИ и других медиа.</p> <p>Владеет: навыками редактирования журналистского текста и (или) продукта разных видов</p>	<p>Б1.О.56 Редактирование медиатекста</p> <p>Б1.О.57 Стилистика жанров</p> <p>Б1.О.59 Выпуск учебных СМИ</p> <p>Б1.О.60 Стилистика</p> <p>Б1.В.09 Информационная журналистика</p>	Соответствует редакторскому типу задач профессиональной деятельности
ПК-3 (ПК-3.1, ПК-3.2)	<p>Знает: как реализовывать типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью.</p> <p>Умеет: использовать результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта.</p> <p>Имеет навыки: реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий</p>	<p>Б1.О.65 Создание СО-проекта</p> <p>Б1.В.06 Информационно-психологическое обеспечение военной службы</p> <p>Б1.В.07 Информационное обеспечение военной службы</p>	Соответствует организационно-управленческому типу задач профессиональной деятельности

## 12.3 Фонд оценочных средств для проведения государственного экзамена

### 12.3.1. Контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов освоения образовательной программы, проверяемых в рамках государственного экзамена

#### 1. Перечень вопросов к экзамену

№ п/п	Формулировка вопроса	Краткая характеристика содержания ответа
1	Функции журналистики: основные концепции	Понятие функции применительно к журналистике. Сложности построения единой концепции функционирования журналистики. Концепция Е. П. Прохорова: основные группы функций. Субъектный подход к классификации функций журналистики С. Г. Корконосенко: основные субъекты функций журналистики; функции на уровне каждого субъекта. (Предполагается краткий обзор указанных концепций и подробное представление одной из них – на выбор)
2	Моделирование и планирование в системе организации редакционной деятельности	Моделирование и планирование редакционной деятельности. Понятие модели. Модели в журналистике. Модели издания. Тематическая модель. Композиционная модель. Графическая модель. Моделирование работы коллектива. Сетевой график. Модель структуры редакции. Планирование работы редакции. Перспективное и оперативное планирование
3	Методы сбора информации в журналистике: наблюдение, изучение документов, интервью, эксперимент	Интервью как метод сбора информации в журналистике. Виды интервью (по М. Лукиной). Подготовка к интервью. Проведение интервью. Завершение интервью. «Трудные» собеседники. Наблюдение как метод познавательной деятельности. Особенности журналистского наблюдения. Виды наблюдения. Произвольное наблюдение и его роль в журналистском творчестве. Целенаправленное наблюдение и его разновидности. Включенное наблюдение – метод «смены профессии» – метод «маски», правовые и этические пределы использования метода
4	Система жанров журналистики	Понятие жанра. Жанрообразующие факторы и особенности жанрообразования. Классические концепции жанрообразования и концепции Л. Е. Кройчика, А. А. Тертычного. Специфика информационной, аналитической и художественно-публицистической групп жанров. Обзорная характеристика основных жанров современной журналистики каждой из групп (классическая и иные концепции)

5	Законодательство РФ о журналистике	Система законодательства о СМИ в России. Основные законы РФ, касающиеся медиасферы. Понятия свободы слова и информации, гарантии этих свобод в Конституции. Недопустимость цензуры. Ограничения на свободу слова и информации. Понятие частной жизни. Тайна и неприкосновенность частной жизни. Ограничения неприкосновенности частной жизни. Принципы сбора и хранения информации о гражданах. Приоритет международного права над национальным. Идеологический и религиозный плюрализм. Гласность парламентской деятельности и судопроизводства
6	Этика в журналистике	Предмет и задачи профессиональной этики журналиста. «Кодекс профессиональной этики российского журналиста» (1994 г.), «Хартия телерадиовещателей» (1999 г.). Этические нормы, регулирующие отношения: журналист – аудитория; журналист – источник информации; журналист – персонаж публикации; журналист – автор; журналист – власть; журналист – коллеги. Теория и практика применения этических норм
7	Социологические аспекты журналистики	Источники социологической информации. Ведущие социологические службы и возможности использования результатов их работы в журналистских материалах. Принципы размещения социологической информации в журналистском тексте. Социологические методы изучения аудитории (опрос, глубинное интервью, фокус-группа). Социологические методы изучения и оценки СМИ (контент-анализ, метод экспертной оценки)
8	Психологические аспекты журналистики	Процесс восприятия, кодирования, хранения и воспроизведения информации. Качества текста, необходимые для привлечения внимания. Основные аудиальные и визуальные субмодальности. Ключевые переменные СМИ, оказывающие влияние на процесс привлечения внимания. Категоризация и эвристика. Основные способы структурирования информации. Ключевые барьеры восприятия массовой информации: географический, исторический, технический, терминологический, семантический, тезаурусный, контрастивный, собственно психологический, резонансный, барьер компетентности, этический, эмоциональный, барьер перегрузки (факторы перегрузки в прессе, на радио, на ТВ). Законы медиавосприятия. Психологические парадигмы мышления и журналистский текст

9	Экономика и менеджмент в журналистике	Редакция СМИ как субъект экономической деятельности. Формы собственности СМИ. Основные экономические категории финансово-экономической деятельности редакции. Структура бюджета и баланса печатных СМИ. Особенности бюджета теле- и радиокompаний. Цели и задачи создания бизнес-плана. Его характеристики. Типы бизнес-планов. Структура бизнес-плана
10	Работа с аудиторией СМИ	Редакционный актив и его состав. Организационно-массовая работа редакции. Работа с редакционной почтой. Формы организации редакционной деятельности: акция, кампания, обсуждение. Формы и технологии интерактивного общения с аудиторией в интернет-СМИ. Социальные медиа как каналы связи с аудиторией. Формы и технологии интерактивного общения с аудиторией в интернет-СМИ. Социальные медиа как каналы связи с аудиторией
11	Явление конвергенции в журналистике	Понятие медиаконвергенции. Уровни конвергенции в журналистике. Конвергентные интернет-СМИ. Конвергентная редакция. Профессиональные требования к журналисту конвергентной редакции
12	Типология СМИ	Типологическое моделирование. Система типологических признаков в интерпретации А. И. Аكوпова, В. В. Тулупова, других исследователей. Концепция СМИ. Аудитория СМИ как ведущий типологический признак. Социально-демографические, социально-психологические признаки аудитории в типологии СМИ. Универсализация и специализация СМИ. Основные аудиторные группы
13	Возникновение, эволюция и современное состояние печатной, радио-, телевизионной или интернет-журналистики (на выбор)	Специфика выбранного вида СМИ. Период его возникновения и наиболее важные этапы развития. Классификация современных СМИ данного вида на основе признаков «читательская аудитория», «учредитель», «цели и задачи», «ареал распространения» и др. с приведением примеров конкретных СМИ и их характеристикой
14	Современный медиадизайн	Понятия «художественно-техническое оформление» и «дизайн». Формообразующие факторы, задачи, функции и принципы дизайна газеты. Структурные и графические средства оформления печатной полосы. Виды верстки и приемы макетирования. Журнал как вид периодического издания. Оформление различных типов журналов. Оформление обложки и указателя

		содержания. Журнальные приемы оформления. Использование изобразительной информации в журнале
15	Визуализация как тенденция современной журналистики	Значение визуальной информации в мультимедийных публикациях. Инфографика, ее разновидности. Диаграммы, графики, тайм-линии, карты, интерактивная графика, аудио- и видеоконтент. Мультимедийные и синтетические «жанры». Области эффективного применения различных видов и жанров мультимедийного контента. Программы и приложения для создания и обработки мультимедийного контента
16	СМИ и социальные сети	Социальные сети: происхождение и основные характеристики. Инструменты взаимодействия с аудиторией в социальных сетях. Поиск информации в социальных сетях: мониторинг ньюсмейкеров и реакции на события, опросы аудитории. Проблема верификации информации. Привлечение аудитории через социальные сети, распространение информации, обратная связь, организация читательского актива. Продвижение СМИ в социальных сетях
17	Становление и развитие журналистики в России в XVIII в. Формирование концепции отечественной прессы	От рукописных «Курантов» к печатным «Ведомостям». Газета как информационный ресурс власти. Просветительская функция изданий петровского времени. Пресса как глашатай реформ. Формирование концепции государственной прессы
18	Советская журналистика в годы Великой Отечественной войны. Творчество И. Эренбурга К. Симонова, А. Толстого, М. Шолохова, Б. Горбатова	Перестройка отечественной журналистики после начала войны. Создание и организация работы «Совинформбюро». Деятельность советского радио. Организация работы военных корреспондентов. Система военной печати. Газета «Красная звезда» и ее редактор Д. Ортенберг. Партизанская и подпольная печать. Ведущие темы журналистских выступлений. Публицистика периода войны. Ее ведущие мастера К. Симонов, А. Толстой, М. Шолохов, И. Эренбург, Б. Полевой
19	Журналистика суверенной России. Тенденции развития	СМИ России в период становления суверенного государства: структура, деятельность в условиях рынка, взаимоотношение с властью, ведущие темы выступлений. Состояние и проблемы современной российской журналистики. Новейшие информационные технологии. Публицистика современной России
20	Газетно-публицистический стиль в системе функциональных стилей современного русского языка	Понятие функционального стиля. Определение газетно-публицистического стиля. Место газетно-публицистического стиля в системе функциональных стилей современного русского языка.

		<p>Экстралингвистические и собственно лингвистические факторы формирования газетно-публицистического стиля. Конструктивный принцип газетно-публицистического стиля (по В. Г. Костомарову). Наиболее общие черты газетно-публицистического стиля. Лексико-фразеологические, морфологические, синтаксические особенности газетно-публицистического стиля</p>
21	<p>Специфика деятельности пресс-службы в силовых структурах</p>	<p>Факторы, определяющие специфику деятельности пресс-служб. Цель и задачи пресс-службы в силовых структурах. Основные методы и приёмы выстраивания взаимоотношений со СМИ</p>
22	<p>Разнообразие политических технологий в деятельности органов власти</p>	<p>Технологии социального маневрирования. Технологии политического маневрирования. Политическое манипулирование как технология. Технологии интеграции контрэлиты (оппонентов) и интеграции идей. Силовое сопровождение в политике</p>
23	<p>Разработка концепции СО-проекта: этапы и критерии эффективности</p>	<p>СО-проект: сущность и основные характеристики. Классификации СО-проектов по различным основаниям. Структура брифа проекта. Основные этапы работы над СО-проектом. Коммуникативная и экономическая эффективность</p>
24	<p>PR: различные подходы к определению понятия и истории его возникновения</p>	<p>Альтруистический, прагматический и компромиссный подходы к определению понятия. Основные цели и функции PR. Ключевые фигуры в истории становления и развития PR</p>
25	<p>Ключевые СО-профессии и функционал их представителей (пресс-секретарь, спичрайтер, редактор корпоративного издания и др.)</p>	<p>PR как профессия. Функции и роли PR-специалиста. Профессиональная специализация в PR</p>
26	<p>СО-текст: понятие и признаки. Основные отличия СО-текста от журналистского и рекламного аналога</p>	<p>Определение, специфика и виды СО-текстов. Сравнительная характеристика журналистского, рекламного и СО-текстов по ключевым параметрам</p>
27	<p>Основные СО-тексты для взаимодействия со СМИ (пресс-релиз, приглашение, заявление для СМИ и другие)</p>	<p>Жанровое разнообразие СО-текстов. Цель жанров и конкретных видов СО-текстов. Правила рассылки текстов журналистам</p>
28	<p>Реклама как социальный институт и маркетинговая коммуникация</p>	<p>Определение и функции рекламы. Условия и характеристики институционализации рекламы. Механизмы социального контроля. Место рекламы в системе маркетинговой коммуникации</p>
29	<p>Функции и разновидности рекламы. Их применение в военной отрасли</p>	<p>Объекты рекламы. Классификации рекламы по способу распространения сообщений; по предмету; по маркетинговым целям; специфике воздействия</p>
30	<p>Растровая и векторная графика. Преимущества, недостатки. Форматы</p>	<p>Растровая графика, существующие форматы. Векторная графика, существующие форматы. Сравнение векторной и растровой графики.</p>

## 2. Перечень практических заданий (ситуационных задач, кейсов):

№ п/п	Формулировка задания	Методика выполнения
1	Охарактеризовать одно из современных российских СМИ (по выбору)	<p><i>Печатное издание.</i> Общая информация: название издания, вид (газета, журнал), время существования, учредитель, главный редактор, объем и формат, периодичность и тираж. Типологическая характеристика издания (например, на основе типологических признаков по А. И. Акопову). Обязательно должны быть рассмотрены целевая аудитория издания, его содержание (тематика и проблематика), структура (рубрикация), дизайн (стилистика графического оформления). Следует назвать основных авторов и кратко отметить особенности их творчества (с упоминанием конкретных публикаций).</p> <p><i>РВ- и ТВ-канал.</i> Основные данные о канале (название, формат вещания, форма собственности, руководители канала, штат канала, общая характеристика контента). История канала (дата появления, основные этапы развития, направления трансформации). Наиболее интересные проекты канала (названия и краткая история нескольких проектов в новостном, аналитическом и документально-художественном секторе вещания). Ведущие журналисты, краткая характеристика их работы. Наиболее яркие достоинства и недостатки канала, возможности повышения интереса к нему.</p> <p><i>Интернет-СМИ.</i> Общая информация: название, вид (сетевая версия, онлайн-издание – издание, ТВ, радио, ИА), время существования, учредитель, главный редактор, посещаемость (среднесуточное число уникальных посетителей). Тематическая направленность, целевая аудитория. Структура: рубрикация, разделы. Жанровое своеобразие публикаций. Авторский состав, использование ресурсов гражданской журналистики. Использование интерактивных механизмов (комментарии, форумы, опросы и т.п.), конвергенция с социальными сетями. Особенности использования мультимедийной информации. Особенности конвергенции с оффлайновыми версиями издания (для сетевых версий СМИ). Наличие спецпроектов и дополнительных сервисов на сайте.</p>
2	Проанализировать номер периодического издания или выпуск журналистской теле/радиопрограммы (по выбору)	<p><i>Номер периодического издания.</i> Общая информация об издании: название издания, вид (газета, журнал), учредитель, главный редактор, объем и формат, периодичность и тираж. Общая информация о номере издания (дата выхода, регулярный или спецвыпуск). Содержание номера: тематика и проблематика. Структура номера: первая полоса/обложка, разделы и рубрики, их компоновка. Оформление номера: общая стилистика, первая полоса/обложка, постоянные</p>



		<p>графические элементы, изобразительная информация.</p> <p><i>Радио- и телепрограмма.</i> Основные данные о телепрограмме (название, периодичность, хронометраж, история появления). Тип телепередачи, формат. Тип телепроекта. Жанровое наполнение. Общая тематика и проблематика выпусков. Основные структурные элементы. Коллектив телепрограммы. Используемые выразительные средства. Роль автора, ведущего, модератора и т.п. (в зависимости от амплуа). Анализ одного из выпусков передачи (дата выхода в эфир, тематика и проблематика выпуска, участники выпуска, композиция, основные выразительные средства). Сравнение анализируемой телепрограммы и аналогичных ей по формату передач. Достоинства и недостатки анализируемой программы.</p>
3	Охарактеризовать творчество одного из современных российских журналистов (по выбору)	<p><i>Пишущий журналист.</i> Общая информация: имя и фамилия, СМИ, в которых публиковался и публикуется сейчас, продолжительность и важные этапы профессиональной деятельности, достижения. Тематика и проблематика творчества. Особенности подачи материала, используемые жанры, язык и стиль текстов. Анализ нескольких конкретных публикаций.</p> <p><i>ТВ/РВ-журналист.</i> ФИО журналиста. Творческая биография. Амплуа журналиста. Участие в телевизионных/радиопроектах. Анализ наиболее значимых работ в области радио и ТВ. Ведущие темы, разрабатываемые журналистом. Особенности авторского почерка. Особенности коммуникативной личности тележурналиста, ключевые имиджевые параметры. Наиболее значимые достижения в области теле- радиожурналистики. Какие формы, методы и приемы работы журналиста вы могли бы позаимствовать в будущей профессиональной деятельности.</p>
4	Охарактеризовать современное состояние и тенденции развития региональных СМИ (регион – по выбору)	<p>Типология СМИ региона. СМИ властных структур. Частные СМИ. Региональные представительства федеральных СМИ. Аналитический обзор ведущих периодических изданий (газет и журналов), радио- и телеканалов, интернет-СМИ. Наиболее значительные журналисты и менеджеры, характеристика их деятельности</p>
5	Провести жанровый анализ предложенного журналистского произведения	<p>Схема анализа:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Жанровая идентификация (жанровая группа, жанр).</li> <li>2. Предмет отражения.</li> <li>3. Функция жанра.</li> <li>4. Метод отражения предмета.</li> <li>5. Другие характерные особенности жанра, их проявление в предложенном тексте.</li> <li>6. Влияние других жанров (если прослеживается).</li> <li>7. Жанровая разновидность (возможно, разновидности).</li> </ol> <p>Анализ текста обязательно сопровождается</p>

		ссылками на его содержание и форму. Следует дополнить анализ собственной оценкой качества текста, отметив положительные и отрицательные стороны (с обоснованием).
6	Провести правку предложенного текста	<p>Прочитать предложенный газетно-публицистический текст, провести его редакторский анализ, дать оценку. Выбрать подходящий вид правки и отредактировать текст, исправив при необходимости его композицию, логическую структуру, речевые и стилистические погрешности. Предложить заголовок.</p> <p>Требования к правке текста:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Правка проводится непосредственно в тексте, размещенном на бланке.</li> <li>2. Задание выполняется с помощью принятых в редактировании знаков правки.</li> <li>3. Указываются использованные виды правки.</li> <li>4. Дается общая характеристика ошибок и неточностей, допущенных в тексте</li> </ol>

Также студентам предлагается:

7) проанализировать предложенные кейсы на предмет соответствия контента и стратегии продвижения задачам государственной или частной компании;

8) выделить конкурентные преимущества и недостатки присутствия компании на конкретной онлайн- или офлайн-платформе, сформулировать собственные рекомендации;

9) определить организационную структуру пресс-службы конкретной компании и распределение обязанностей между сотрудниками;

10) разработать стратегию антикризисной коммуникации конкретной компании;

11) проанализировать СО-текст с точки зрения оценки информационного повода, жанровой структуры, возможных каналов публикации;

12) представить актуальную новость в формах одного из СО-материалов;

13) разработать план пресс-мероприятия.

### 12.3.2. Пример КИМ

МИНОБРНАУКИ РОССИИ  
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ  
УЧРЕЖДЕНИЕ  
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«ВОРОНЕЖСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»  
(ФГБОУ ВО «ВГУ»)

УТВЕРЖДАЮ  
председатель ГЭК

\_\_\_\_\_  
*подпись, расшифровка подписи*

\_\_\_. \_\_\_. 20\_\_

Специальность 56.05.05 Военная журналистика

Государственный экзамен по специальности 56.05.05 Военная журналистика

#### Контрольно-измерительный материал № 1

1. Журналистика суверенной России. Тенденции развития.
2. Практическое задание.

Учитывая, что новогодняя тема ежегодно, что называется, «главный гвоздь» информационной повестки зимних предпраздничных дней, журналисты часто обращаются в пресс-службу администрации города с желанием получить оперативную и интересную информацию о работе елочных базаров, ликвидации несанкционированных точек продаж и др. Используя технологию паблисити или ньюзджекинга, разработайте программу пресс-тура, посвященного «елочной» тематике (цели пресс-тура, список приглашенных СМИ, состав пресс-кита, объекты осмотра журналистов, маршрут, хронометраж). Учитывая желание журналистов получить интересную, эксклюзивную, «живую» информацию, подумайте над тем, чтобы пресс-тур прошел максимально содержательно и в то же время разнообразно, эмоционально, празднично.

Куратор ОПОП

\_\_\_\_\_  
*Подпись*

Ряжских Е.А.  
*расшифровка подписи*

### 12.3.3. Критерии и шкала оценивания результатов сдачи государственного экзамена

Для оценивания результатов обучения на государственном экзамене используется шкала: «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

Показатели	Критерии и шкала оценивания			
	«Отлично»	«Хорошо»	«Удовлетворительно»	«Неудовлетворительно»
<p>1. Владение содержанием учебного материала и понятийным аппаратом изучаемой научной отрасли.</p> <p>2. Умение связывать теорию с практикой.</p> <p>3. Умение иллюстрировать ответ примерами, фактами реальной жизни, данными научных исследований, в том числе собственных, итогами прохождения практик.</p> <p>4. Умение устанавливать межпредметные связи.</p> <p>5. Умение обосновывать и самостоятельно формулировать выводы.</p> <p>6. Умение обосновывать свои суждения и профессиональную позицию по излагаемому вопросу.</p> <p>7. Способность самостоятельно находить решения/решать задачи в сфере профессиональной деятельности</p>	<p>Полное соответствие ответа обучающегося всем семи перечисленным показателям. Компетенции сформированы полностью, проявляются и используются систематически, в полном объеме</p>	<p>Ответ обучающегося не соответствует одному (двум) из перечисленных показателей. Компетенции в целом сформированы, но проявляются и используются фрагментарно, не в полном объеме, что выражается в отдельных неточностях (несущественных ошибках) при ответе. Однако допущенные ошибки исправляются самим обучающимся после дополнительных вопросов экзаменатора</p>	<p>Ответ обучающегося не соответствует любым двум (трем) из перечисленных показателей. Компетенции сформированы в общих чертах, проявляются и используются ситуативно, частично, что выражается в допускаемых неточностях и существенных ошибках при ответе, нарушении логики изложения, неумении аргументировать и обосновывать суждения и профессиональную позицию. Данный уровень обязателен для всех осваивающих основную образовательную программу</p>	<p>Ответ обучающегося не соответствует любым трем (четырем) из перечисленных показателей. Компетенции не сформированы, что выражается в разрозненных, бессистемных, отрывочных знаниях, допускаемых грубых профессиональных ошибках, неумении выделять главное и второстепенное, связывать теорию с практикой, устанавливать межпредметные связи, формулировать выводы по ответу, отсутствии собственной профессиональной позиции</p>

Соотношение шкалы оценивания результатов обучения на государственном экзамене и уровня подготовленности обучающегося к решению профессиональных задач:

Шкала оценивания	Характеристика уровня подготовленности обучающегося к решению профессиональных задач
«Отлично»	Высокий уровень – обучающийся полностью подготовлен к самостоятельной журналистской деятельности, владеет понятийным аппаратом, умеет обосновывать свои суждения и профессиональную позицию при решении профессиональных задач
«Хорошо»	Повышенный (продвинутый, достаточный) уровень – обучающийся в целом подготовлен к решению профессиональных задач в журналистской деятельности, способен успешно применять данный вид деятельности в стандартных ситуациях, не в полной мере проявляя самостоятельность
«Удовлетворительно»	Пороговый (базовый, допустимый) – обучающийся подготовлен к самостоятельной журналистской деятельности, частично вследствие слабой сформированности компетенций, их фрагментарного и ситуативного проявления, требует помощи при выполнении профессиональных задач. Данный уровень обязателен для всех осваивающих основную образовательную программу
«Неудовлетворительно»	Недопустимый уровень – обучающийся не способен к самостоятельной журналистской деятельности вследствие несформированности у него компетенций, влекущей за собой грубые профессиональные ошибки

#### 12.3.4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания:

Каждый контрольно-измерительный материал для проведения выпускного государственного экзамена включает один из теоретических вопросов и одно из практических заданий. Каждый член ГЭК выставляет баллы за ответы обучающегося на теоретический вопрос и на практическое задание по 4-балльной шкале: «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно». Общая оценка выводится как среднее арифметическое оценок ответов на теоретический вопрос и на практическое задание.

#### 12.4. Перечень учебной литературы, ресурсов сети «Интернет», необходимых для подготовки к сдаче государственного экзамена

а) основная литература:

№ п/п	Источник
1	Бобров А.А. Литературная работа журналиста : учебное пособие / А.А. Бобров. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2017. – 269 с. – URL: <a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=454834">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=454834</a>
2	Бобров А.А. Обществу и человеку. Журналистика в социально-культурной сфере: учебное пособие / А.А. Бобров. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2017. – 188 с. – URL: <a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=474294">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=474294</a>
3	Калмыков А.А. Интернет-журналистика : учебное пособие / А.А. Калмыков, Л.А. Коханова. – Москва : Юнити, 2015. – 383 с. – URL: <a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=436712">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=436712</a>
4	Кирия И.В. История и теория медиа: учебник для вузов / И.В. Кирия, А.А. Новикова. – Москва : Издательский дом Высшей школы экономики, 2020. – 424 с. – URL: <a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=471753">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=471753</a>
5	Киселёв А.Г. Теория и практика массовой информации: общество - СМИ - власть / А.Г. Киселёв. –

	Москва : Юнити, 2015. – 431 с. – URL: <a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=436719">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=436719</a>
6	Клюев Ю.В. Теория и практика массовой информации : учебное пособие / Ю.В. Клюев. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2015. – 100 с. – URL: <a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=429884">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=429884</a>
7	Коханова Л.А. Основы теории журналистики : учебное пособие / Л.А. Коханова, А.А. Калмыков. – Москва : Юнити, 2015. – 535 с. – URL: <a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=117692">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=117692</a>
8	Литературное редактирование медиатекстов: теория и практика : учебное пособие для студентов, обучающихся по специальности 56.05.05 "Военная журналистика" и по направлению подготовки бакалавриата 42.03.01 "Реклама и связи с общественностью", 42.03.02 "Журналистика", 42.03.04 "Телевидение", 42.03.05 "Медиакоммуникации" / авт.-сост.: А.М. Шишляникова, И.В. Хорошунова ; Воронеж. гос. ун-т; [науч. ред. Е.А. Рязских] .— Воронеж : Кварта, 2020 .— 210 с. : ил. <URL: <a href="http://www.lib.vsu.ru/elib/texts/method/vsu/m20-66.pdf">http://www.lib.vsu.ru/elib/texts/method/vsu/m20-66.pdf</a> >
9	Мультимедийная журналистика: учебник / А.Г. Качкаева, С.А. Шомова, А.А. Мирошниченко, Е.Г. Лапина-Кратасюк ; под общ. ред. А.Г. Качкаевой, С.А. Шомовой. – Москва : Издательский дом Высшей школы экономики, 2017. – 417 с. – URL: <a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=471761">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=471761</a> .
10	Олешко В.Ф. Психология журналистики : учебное пособие / В.Ф. Олешко. – Екатеринбург : Издательство Уральского университета, 2014. – 478 с. – URL: <a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=276355">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=276355</a>
11	Олешко Е.В. Конвергентная журналистика: профессиональная культура субъектов информационной деятельности / Е.В. Олешко. – Москва : ФЛИНТА, 2017. – 129 с. – URL: <a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=482239">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=482239</a>
12	Олешко Е.В. Техника и технология СМИ: шрифтовая культура массмедиа : учебное пособие / Е.В. Олешко. – Екатеринбург : Издательство Уральского университета, 2012. – 150 с. – URL: <a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=240428">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=240428</a>
13	Прозоров В.В. Власть и свобода журналистики : учебное пособие / В.В. Прозоров. – Москва : ФЛИНТА, 2017. – 240 с. – URL: <a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=103821">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=103821</a>
14	Реклама и связи с общественностью: Теория и практика / под ред. Тулупова В.В. – Воронеж : Издательский дом ВГУ, 2015. – С. 249-260
15	Сандлер Л. Л. Современная система функциональных стилей русского языка: теория и практика : [учебное пособие для студентов, обучающихся по направлению 42.03.02 "Журналистика", 42.03.01 "Реклама и связи с общественностью", 42.03.04 "Телевидение" и специальности 56.05.05 "Восточная журналистика"] / [авт.-сост.] Л.Л. Сандлер ; Воронеж. гос. ун-т ; [науч. ред. А.М. Шишляникова] .— Воронеж : Факультет журналистики ВГУ, 2017 .— 213 с. <URL: <a href="http://www.lib.vsu.ru/elib/texts/method/vsu/m17-259.pdf">http://www.lib.vsu.ru/elib/texts/method/vsu/m17-259.pdf</a> >
16	Хомяков В.И. Правовое регулирование средств массовой информации и рекламы : учебное пособие / В.И. Хомяков, В.А. Егошкина. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2017. – 264 с. – URL: <a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=476726">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=476726</a> .
17	Цвик В.Л. Телевизионная журналистика : учебное пособие / В.Л. Цвик. – Москва : Юнити-Дана : Закон и право, 2015. – 495 с. – URL: <a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=446404">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=446404</a>
18	Шарков Ф. И. Интегрированные коммуникации: Массовые коммуникации и медиапланирование: Учебник / Ф. И. Шарков, В. Н. Бузин; под общ. ред. проф. Ф. И. Шаркова. - М.: Издательско-торговая корпорация "Дашков и К", 2018. - 486 с. – Режим доступа: <a href="http://biblioclub.ru/index.php?page=book_view&amp;book_id=112200">http://biblioclub.ru/index.php?page=book_view&amp;book_id=112200</a>
19	Шарков Ф.И. Интегрированные коммуникации: реклама, паблик рилейшнз, брендинг / Ф.И. Шарков. – Москва: Дашков и К°, 2020. – 324 с. – Режим доступа: <a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=116042">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=116042</a>
20	Шарков Ф.И. Интерактивные электронные коммуникации (возникновение «Четвертой волны») : учебное пособие / Ф.И. Шарков. – Москва : Дашков и К°, 2017. – 260 с. – URL: <a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=454124">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=454124</a>
21	Шпаковский В.О. Интернет-журналистика и Интернет-реклама : учебное пособие / В.О. Шпаковский, Н.В. Розенберг, Е.С. Егорова. – Москва ; Вологда : Инфра-Инженерия, 2018. – 248 с. – URL: <a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=493883">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=493883</a>

б) дополнительная литература:

№ п/п	Источник
22	Калмыков А.А. Интерактивная гипертекстовая журналистика в системе отечественных СМИ / А.А. Калмыков. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2016. – 97 с. – URL: <a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=428741">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=428741</a>
23	Распопова С.С. Как написать журналистский текст: работа над ошибками / С.С. Распопова. – Москва : ФЛИНТА, 2019. – 84 с. – URL: <a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=607472">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=607472</a>
24	Чемякин Ю.В. Основы теории и истории журналистики : учебное пособие / Ю.В. Чемякин. – Москва : Флинта : Уральский федеральный университет (УрФУ), 2018. – 113 с. – URL: <a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=482107">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=482107</a>
25	Шарков Ф.И. Интегрированные коммуникации: правовое регулирование в рекламе, связях с общественностью и журналистике / Ф.И. Шарков. – Москва : Дашков и К°, 2016. – 334 с. – URL: <a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=453930">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=453930</a>

в) информационные электронно-образовательные ресурсы (официальные ресурсы интернет):

№ п/п	Ресурс
1	ЭБС Университетская библиотека online. – Режим доступа: <a href="https://biblioclub.ru/">https://biblioclub.ru/</a>
2	Электронная библиотека ЗНБ ВГУ. – Режим доступа: <a href="https://lib.vsu.ru/">https://lib.vsu.ru/</a>
3	Образовательный портал «Электронный университет ВГУ». – Режим доступа: <a href="https://edu.vsu.ru/">https://edu.vsu.ru/</a>
4	Сайт Союза журналистов России. – Режим доступа: <a href="https://ruj.ru/">https://ruj.ru/</a>

## **12.5. Информационные технологии, используемые для подготовки к сдаче государственного экзамена, включая программное обеспечение и информационно-справочные системы**

Программное обеспечение: WinPro 8 RUS Upgrd OLP NL Acdm; OfficeSTd 2013 RUS OLP NL Acdm; неисключительные права на ПО Dr. Web Enterprise Security Suite, комплексная защита Dr. Web Desktop Security Suite; СПС «ГАРАНТ-Образование». Свободный доступ в интернет.

Платформа «Электронный университет ВГУ»: <https://edu.vsu.ru>.

## **12.6. Материально-техническое обеспечение:**

Аудитории для проведения занятий лекционного типа: ауд. 130 (Воронеж, ул. Хользунова, 40-а). Специализированная мебель, проектор View Sonic, ПК (i5/4Gb/HDD 1Tb), экран настенный с электроприводом, акустическая система BERNINGER B115D, микшер UB 1204 FX, микрофон B-1, камера для телеконференций Logitech.

Аудитории для проведения государственного экзамена: ауд. 128 (Воронеж, ул. Хользунова, 40-а). Специализированная мебель, мультимедиа-проектор BenQ, экран настенный CS 244\*244; ПК (Celeron/1Gb/HDD 500Gb).

Аудитории для самостоятельной работы студентов. Используются компьютерные классы: ауд. 115 (Воронеж, ул. Хользунова, 40-а). Специализированная мебель, мультимедиа-проектор BenQ MX511, экран настенный CS 244\*244; интерактивная доска Promethean, ПК с возможностью подключения к сети «Интернет» (i5/4Gb/HDD 1Tb) (11 шт.); ауд. 126 (Воронеж, ул. Хользунова, 40-а). Специализированная мебель, мультимедиа-проектор BenQ MX511, ПК с возможностью подключения к сети «Интернет» (Razer 5/4Gb/1Tb) (10 шт.), экран настенный CS 244\*244, интерактивная доска Promethean.

## **13 Требования к ВКР**

### **13.1. Порядок выполнения ВКР**

Руководитель перед началом выполнения ВКР выдает задание обучающемуся, разрабатывает совместно с ним структурный план ВКР и календарный график ее выполнения, рекомендует ему необходимую литературу, справочные материалы. Далее обучающийся работает над ВКР под контролем руководителя в соответствии с календарным графиком ее выполнения. Календарный график не должен нарушаться.

Готовность ВКР к защите определяется решением заседания кафедры не позднее, чем за 2 недели до установленной даты защиты. К этому времени работа должна быть полностью завершена.

После завершения подготовки обучающимся ВКР руководитель оформляет письменный отзыв о работе обучающегося в период ее подготовки. Обучающийся должен быть ознакомлен с отзывом не позднее чем за 5 календарных дней до дня защиты ВКР.

ВКР подлежат размещению на образовательном портале «Электронный университет ВГУ» ([www.moodle.vsu.ru](http://www.moodle.vsu.ru)), за исключением текстов ВКР, содержащих сведения, составляющие государственную тайну, до ее защиты. Обучающийся самостоятельно размещает файлы с текстом ВКР в формате PDF.

### **13.2. Примерный перечень тем ВКР**

1. Тематические и жанровые особенности российской военной прессы (на конкретном материале).
2. Военная цензура: история и современные подходы (на конкретном материале).
3. Языковые особенности российской военной прессы (на конкретном материале).
4. Организация и особенности информационного взаимодействия Департамента информации и массовых коммуникаций Министерства обороны РФ со СМИ.
5. Специфика деятельности пресс-службы в силовых структурах (на конкретном материале).
6. Онлайн-присутствие силовых ведомств: анализ отечественной практики (на конкретном материале).
7. Информационные кампании США и СССР времен холодной войны.
8. Формирование милитари-субкультуры в русскоязычном сегменте Интернета.
9. Этические проблемы функционирования современных СМИ (на конкретном материале).
10. Проблемы воздействия СМИ на аудиторию (на конкретном материале) и др.
11. Продвижение СМИ, в т. ч. в социальных сетях: инструменты и их применение (на конкретных примерах).
12. Информационная кампания в СМИ: планирование и реализация (на конкретных примерах).
13. Блоги как форма гражданской журналистики в интернете (на конкретных примерах).
14. Этические проблемы функционирования современных СМИ (на конкретном материале).
15. Специфика ведения информационной войны (на примере...)

### **13.3. Структура ВКР**

Структура ВКР исследовательского характера соответствует стандартной структуре научно-исследовательской работы. Текст ВКР включает введение, основную часть, заключение, список литературы и приложения (при необходимости). Во введении описываются и обосновываются актуальность выбранной темы, цель и задачи ВКР, объект и предмет исследования, степень разработанности темы, теоретическая и эмпирическая базы исследования, его методика, структура работы, выдвигаются гипотеза исследования и/или положения, выносимые на защиту. В основной части излагаются ход и результаты исследования. Основная часть делится на главы и параграфы. В заключении обобщаются основные положения и выводы ВКР. Список литературы должен содержать не менее 50 наименований. Примерный объем работы – 65-80 стандартных страниц печатного текста. Приложения не учитываются при определении объема.

Структура ВКР творческого характера в целом подобна структуре ВКР исследовательского характера, но имеет некоторые особенности. В связи с тем, что автор демонстрирует и анализирует собственный профессиональный опыт, ценный сам по себе, обязательный объем текста ВКР без учета представленных выпускником результатов практической деятельности составляет 50-60 стандартных страниц печатного текста. Основная часть работы включает не



только краткое описание теоретических основ выбранной автором темы, но и в первую очередь самоанализ представленных образцов практической деятельности выпускника в сфере СМИ. Результаты практической деятельности выпускника представляются как творческое приложение к ВКР.

#### 13.4. Результаты обучения, характеризующие готовность выпускника к профессиональной деятельности, проверяемые на защите ВКР:

Коды компетенций (общекультурных, общепрофессиональных, профессиональных) и индикаторов их достижения	Результаты обучения	Примечание
УК-1 (УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3)	<p>Знает: как определять пробелы в информации, необходимой для решения проблемной ситуации.</p> <p>Умеет: осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий.</p> <p>Владеет: навыками работы с противоречивой информацией из разных источников</p>	–
ОПК-9 (ОПК-9.1, ОПК-9.2, ОПК-9.3)	<p>Знает: основы организации научного исследования в сфере журналистики и связей с общественностью.</p> <p>Умеет: определять поле исследования, разрабатывать или адаптировать методологию, формировать научный текст в соответствии с академическими правилами и форматами.</p> <p>Имеет навыки: сбора и анализа информации, применения избранной методики и формулирования полученных результатов.</p>	–

#### 13.5 Процедура защиты ВКР и методические рекомендации для студента

Процедура защиты каждого обучающегося предусматривает:

- представление председателем ГЭК обучающегося, оглашение темы работы, руководителя ВКР;
- доклад по результатам работы (с акцентом на собственные исследования, расчеты и результаты);
- вопросы защищаемому;
- выступление руководителя или оглашение секретарем ГЭК его отзыва на ВКР;
- ответы защищаемого на замечания в отзыве (при наличии);
- дискуссия по ВКР;
- заключительное слово выпускника.

По окончании запланированных защит ВКР ГЭК проводит закрытое совещание, на котором определяются оценки по шкале «отлично», «хорошо», «удовлетворительно» и «неудовлетворительно». Оценки «отлично», «хорошо», «удовлетворительно» означают успешное прохождение государственного аттестационного испытания. Результаты защиты ВКР объявляются обучающимся в тот же день после оформления протоколов заседания ГЭК в установленном порядке и вносятся в зачетные книжки и ведомости.

ВКР допускается к защите при условии ее размещения на образовательном портале «Электронный университет ВГУ». ВКР проходит проверку на объем заимствований, для допуска к защите оригинальность текста ВКР не должна быть ниже 55%. Доклад по результатам работы может длиться от 10 до 15 минут.

Использование мультимедийных презентаций на защите ВКР рекомендуется, хотя и не является обязательным. Студенты, претендующие на получение оценки «отлично», должны представить научную публикацию, соответствующую теме исследования или специальности (см. раздел настоящей Программы 13.6.2).

### 13.6. Фонд оценочных средств для защиты ВКР

#### 13.6.1. Примерный перечень вопросов на защите ВКР

- В чем заключается актуальность работы?
- Какова теоретическая значимость работы?
- Какова практическая значимость работы?
- Где и как могут быть применены полученные результаты?
- Какие из использованных источников были наиболее ценными для достижения цели исследования?
- По каким критериям отбирался эмпирический материал для исследования?
- Каковы перспективы дальнейшей разработки выбранной темы?

#### 13.6.2. Критерии и шкала оценивания результатов ВКР

Критерии и шкала оценивания ВКР представлены в таблице:

Критерии оценивания	Шкала оценивания, баллы
Актуальность, практическая и теоретическая значимость работы	2 – в ВКР полно и аргументировано представлена актуальность исследования, раскрыта степень изученности темы, сформулированы цель, задачи, объект, предмет, методы исследования, обоснованы практическая и теоретическая значимость работы; 1 – в ВКР отражена актуальность исследования, отчасти раскрыта степень изученности темы, недостаточно полно обоснованы практическая и теоретическая значимость работы, имеются некоторые неточности при формулировке цели и задач, объекта и предмета, методов исследования; 0 – в ВКР слабо отражена актуальность исследования и степень изученности темы, отсутствует обоснование теоретической и практической значимости темы исследования, неверно сформулированы цель, задачи, объект, предмет, методы исследования
Структурированность работы	2 – ВКР хорошо структурирована, изложение логично, доказательно, соответствует научному стилю; 1– ВКР имеет некоторые структурные недостатки, есть отклонения в логике изложения и стиле; 0 – ВКР плохо структурирована, изложение материала не

	соответствует научному стилю, нелогично
Глубина анализа полученных в ходе исследования результатов	2– ВКР отличается глубиной анализа, широким обзором научных источников (не менее 50), в т. ч. зарубежных, умением критически оценивать материал; 1 – анализ материала, проведенный в рамках ВКР, является недостаточно глубоким и критическим, в работе использовано от 30 до 49 первоисточников; 0 – анализ материала, проведенный в рамках ВКР, является неглубоким и не критическим, в работе использовано менее 30 первоисточников
Стиль и логика изложения	2 – изложение ВКР логично, доказательно, соответствует научному стилю; 1 – в ВКР есть отклонения в логике изложения и стиле; 0 – в ВКР материал изложен нелогично, не научным языком
Уровень проведения эмпирической части исследования	2 – методика исследования полностью соответствует его целям и задачам, отбор материала обоснован, количественные и качественные показатели определены адекватно и точно, получены значимые результаты; 1 – методика исследования не полностью соответствует его целям и задачам, отбор материала недостаточно обоснован, эмпирическое исследование проведено с нарушением отдельных процедур, значимость и адекватность некоторых результатов вызывает сомнения; 0 – методика исследования не соответствует его целям и задачам, эмпирическое исследование отсутствует либо неадекватно
Соответствие между целями, содержанием и результатами работы	2 – цель ВКР полностью достигнута, содержание и результаты работы отражают пути и методы ее достижения; 1 – цель ВКР в основном достигнута, но содержание и результаты работы отражают пути и методы ее достижения лишь отчасти; 0 – цель ВКР достигнута не полностью, содержание и результаты работы не отражают пути и методы ее достижения
Качество представления доклада на защите и уровень ответов на вопросы	2 – во время защиты студент продемонстрировал глубокие знания по теме выпускной работы, наглядно и полно представил ВКР, исчерпывающе ответил на вопросы членов комиссии; 1 – во время защиты студент продемонстрировал недостаточно глубокие знания по теме выпускной работы, недостаточно полно представил ВКР, не на все вопросы членов комиссии ответил убедительно; 0 – во время защиты студент продемонстрировал слабые знания по теме выпускной работы, не ответил на большинство вопросов членов комиссии

В качестве дополнительного критерия применяется наличие научных публикаций по теме исследования. В случае наличия таких публикаций члены ГЭК могут начислять при оценивании ВКР 1–2 дополнительных балла в зависимости от количества и качества публикаций. Для студентов, претендующих на получение

оценки «отлично», обязательно наличие научной публикации по теме исследования. Чтобы публикации могли учитываться при оценивании ВКР, ее автор должен представить их ГЭК на защите.

При оценивании ВКР учитывается также степень оригинальности ее текста. Оценку «отлично» рекомендуется выставлять за работы, оригинальность текста которых выше 75%; оценку «хорошо» – за работы, оригинальность текста которых составляет 65-75%; оценку «удовлетворительно» – за работы, оригинальность текста которых составляет 55-65%. Рекомендуется также учитывать соотношение заимствований и цитирования в тексте ВКР. Окончательное решение по применению данных рекомендаций в каждом конкретном случае принимает ГЭК. Для оценивания результатов защиты выпускной квалификационной работы используется шкала: «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

Соотношение шкалы оценивания результатов защиты выпускной квалификационной работы и уровня подготовленности обучающегося к решению профессиональных задач:

Шкала оценок	Характеристика уровня подготовленности обучающегося к решению профессиональных задач
Отлично	Высокий уровень – обучающийся полностью подготовлен к самостоятельной журналистской деятельности, способен проводить исследования на высоком уровне и критически оценивать полученные результаты
Хорошо	Повышенный (продвинутый, достаточный) уровень – обучающийся в целом подготовлен к решению профессиональных задач в рамках журналистской деятельности, способен успешно применять данный вид деятельности в стандартных ситуациях, не в полной мере проявляя самостоятельность и творческий подход
Удовлетворительно	Пороговый (базовый, допустимый) – обучающийся подготовлен к самостоятельной журналистской деятельности частично, способен успешно применять данный вид деятельности фрагментарно и ситуативно, требует помощи при выполнении профессиональных задач
Неудовлетворительно	Недопустимый уровень – обучающийся не способен к самостоятельной журналистской деятельности, допускает грубые профессиональные ошибки.

### **13.6.3. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания:**

По всем критериям каждый член ГЭК выставляет баллы, которые в дальнейшем суммируются.

Подведение итогов: для перевода баллов в традиционную шкалу оценивания можно использовать следующие критерии:

- менее 4 баллов – «неудовлетворительно»,
- 4-6 баллов – «удовлетворительно»,
- 7-9 баллов – «хорошо»,
- 10-16 баллов – «отлично».

Итоговая оценка определяется как средняя арифметическая всех индивидуальных оценок членов ГЭК. В спорном случае решающий голос имеет председатель комиссии.

### 13.7. Перечень учебной литературы, ресурсов сети «Интернет», необходимых для подготовки к защите и процедуры защиты ВКР

а) основная литература:

№ п/п	Источник
1	Бобров А.А. Литературная работа журналиста : учебное пособие / А.А. Бобров. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2017. – 269 с. – URL: <a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=454834">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=454834</a>
2	Бобров А.А. Обществу и человеку. Журналистика в социально-культурной сфере: учебное пособие / А.А. Бобров. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2017. – 188 с. – URL: <a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=474294">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=474294</a>
3	Калмыков А.А. Интернет-журналистика : учебное пособие / А.А. Калмыков, Л.А. Коханова. – Москва : Юнити, 2015. – 383 с. – URL: <a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=436712">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=436712</a>
4	Кирия И.В. История и теория медиа: учебник для вузов / И.В. Кирия, А.А. Новикова. – Москва : Издательский дом Высшей школы экономики, 2020. – 424 с. – URL: <a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=471753">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=471753</a>
5	Киселёв А.Г. Теория и практика массовой информации: общество - СМИ - власть / А.Г. Киселёв. – Москва : Юнити, 2015. – 431 с. – URL: <a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=436719">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=436719</a>
6	Клюев Ю.В. Теория и практика массовой информации : учебное пособие / Ю.В. Клюев. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2015. – 100 с. – URL: <a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=429884">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=429884</a>
7	Коханова Л.А. Основы теории журналистики : учебное пособие / Л.А. Коханова, А.А. Калмыков. – Москва : Юнити, 2015. – 535 с. – URL: <a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=117692">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=117692</a>
8	Литературное редактирование медиатекстов: теория и практика : учебное пособие для студентов, обучающихся по специальности 56.05.05 "Военная журналистика" и по направлению подготовки бакалавриата 42.03.01 "Реклама и связи с общественностью", 42.03.02 "Журналистика", 42.03.04 "Телевидение", 42.03.05 "Медиакоммуникации" / авт.-сост.: А.М. Шишлянникова, И.В. Хорошунова ; Воронеж. гос. ун-т; [науч. ред. Е.А. Рязских]. — Воронеж : Кварта, 2020. — 210 с. : ил. <URL: <a href="http://www.lib.vsu.ru/elib/texts/method/vsu/m20-66.pdf">http://www.lib.vsu.ru/elib/texts/method/vsu/m20-66.pdf</a> >
9	Мультимедийная журналистика: учебник / А.Г. Качкаева, С.А. Шомова, А.А. Мирошниченко, Е.Г. Лапина-Кратасюк ; под общ. ред. А.Г. Качкаевой, С.А. Шомовой. – Москва : Издательский дом Высшей школы экономики, 2017. – 417 с. – URL: <a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=471761">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=471761</a> .
10	Олешко В.Ф. Психология журналистики : учебное пособие / В.Ф. Олешко. – Екатеринбург : Издательство Уральского университета, 2014. – 478 с. – URL: <a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=276355">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=276355</a>
11	Олешко Е.В. Конвергентная журналистика: профессиональная культура субъектов информационной деятельности / Е.В. Олешко. – Москва : ФЛИНТА, 2017. – 129 с. – URL: <a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=482239">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=482239</a>
12	Олешко Е.В. Техника и технология СМИ: шрифтовая культура массмедиа : учебное пособие / Е.В. Олешко. – Екатеринбург : Издательство Уральского университета, 2012. – 150 с. – URL: <a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=240428">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=240428</a>
13	Прозоров В.В. Власть и свобода журналистики : учебное пособие / В.В. Прозоров. – Москва : ФЛИНТА, 2017. – 240 с. – URL: <a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=103821">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=103821</a>
14	Реклама и связи с общественностью: Теория и практика / под ред. Тулупова В.В. – Воронеж : Издательский дом ВГУ, 2015. – С. 249-260
15	Сандлер Л. Л. Современная система функциональных стилей русского языка: теория и практика : [учебное пособие для студентов, обучающихся по направлению 42.03.02 "Журналистика", 42.03.01 "Реклама и связи с общественностью", 42.03.04 "Телевидение" и специальности 56.05.05 "Восточная журналистика"] / [авт.-сост.] Л.Л. Сандлер ; Воронеж. гос. ун-т ; [науч. ред. А.М. Шишлянникова] .— Воронеж : Факультет журналистики ВГУ, 2017. — 213 с. <URL: <a href="http://www.lib.vsu.ru/elib/texts/method/vsu/m17-259.pdf">http://www.lib.vsu.ru/elib/texts/method/vsu/m17-259.pdf</a> >
16	Хомяков В.И. Правовое регулирование средств массовой информации и рекламы : учебное пособие / В.И. Хомяков, В.А. Егошкина. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2017. – 264 с. – URL: <a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=476726">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=476726</a> .
17	Цвик В.Л. Телевизионная журналистика : учебное пособие / В.Л. Цвик. – Москва : Юнити-Дана : Закон и право, 2015. – 495 с. – URL: <a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=446404">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=446404</a>
18	Шарков Ф. И. Интегрированные коммуникации: Массовые коммуникации и медиапланирование: Учебник / Ф. И. Шарков, В. Н. Бузин; под общ. ред. проф. Ф. И. Шаркова. - М.: Издательско-торговая корпорация "Дашков и К", 2018. - 486 с. – Режим доступа: <a href="http://biblioclub.ru/index.php?page=book_view&amp;book_id=112200">http://biblioclub.ru/index.php?page=book_view&amp;book_id=112200</a>
19	Шарков Ф.И. Интегрированные коммуникации: реклама, паблик рилейшнз, брендинг / Ф.И. Шарков. – Москва: Дашков и К°, 2020. – 324 с. – Режим доступа: <a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=116042">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=116042</a>
20	Шарков Ф.И. Интерактивные электронные коммуникации (возникновение «Четвертой волны») : учебное пособие / Ф.И. Шарков. – Москва : Дашков и К°, 2017. – 260 с. – URL: <a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=454124">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=454124</a>
21	Шпаковский В.О. Интернет-журналистика и Интернет-реклама : учебное пособие / В.О. Шпаковский, Н.В. Розенберг, Е.С. Егорова. – Москва ; Вологда : Инфра-Инженерия, 2018. – 248 с. – URL: <a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=493883">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=493883</a>

б) дополнительная литература:

№ п/п	Источник
22	Калмыков А.А. Интерактивная гипертекстовая журналистика в системе отечественных СМИ / А.А. Калмыков. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2016. – 97 с. – URL: <a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=428741">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=428741</a>
23	Распопова С.С. Как написать журналистский текст: работа над ошибками / С.С. Распопова. – Москва : ФЛИНТА, 2019. – 84 с. – URL: <a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=607472">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=607472</a>
24	Чемякин Ю.В. Основы теории и истории журналистики : учебное пособие / Ю.В. Чемякин. – Москва : Флинта : Уральский федеральный университет (УрФУ), 2018. – 113 с. – URL: <a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=482107">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=482107</a>
25	Шарков Ф.И. Интегрированные коммуникации: правовое регулирование в рекламе, связях с общественностью и журналистике / Ф.И. Шарков. – Москва : Дашков и К°, 2016. – 334 с. – URL: <a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=453930">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=453930</a>

в) информационные электронно-образовательные ресурсы (официальные ресурсы интернет):

№ п/п	Ресурс
1	ЭБС Университетская библиотека online. – Режим доступа: <a href="https://biblioclub.ru/">https://biblioclub.ru/</a>
2	Электронная библиотека ЗНБ ВГУ. – Режим доступа: <a href="https://lib.vsu.ru/">https://lib.vsu.ru/</a>
3	Образовательный портал «Электронный университет ВГУ». – Режим доступа: <a href="https://edu.vsu.ru/">https://edu.vsu.ru/</a>
4	Сайт Союза журналистов России. – Режим доступа: <a href="https://ruj.ru/">https://ruj.ru/</a>

Обучающийся дополнительно использует литературу, соответствующую тематике ВКР.

### 13.8. Информационные технологии, используемые для подготовки к защите и процедуры защиты ВКР, включая программное обеспечение и информационно-справочные системы

Программное обеспечение: WinPro 8 RUSUpgrdOLPNLAcdmс; OfficeSTD 2013 RUSOLPNLAcdmс; неисключительные права на ПО Dr. WebEnterpriseSecuritySuite, комплексная защита Dr. WebDesktopSecuritySuite + Центр управления на 12 месяцев, 1400 ПК (Продление). СПС «ГАРАНТ-Образование». Свободный доступ в интернет.

Платформа «Электронный университет ВГУ»: <https://edu.vsu.ru.>

### 13.9. Материально-техническое обеспечение:

Аудитории для проведения процедуры защиты ВКР: ауд. 128 (Воронеж, ул. Хользунова, 40-а). Специализированная мебель, мультимедиа-проектор BenQ, экран настенный CS 244\*244; ПК (Celeron/1Gb/HDD 500Gb).

Аудитории для самостоятельной работы студентов. Используются компьютерные классы: ауд. 115 (Воронеж, ул. Хользунова, 40-а). Специализированная мебель, мультимедиа-проектор BenQ MX511, экран настенный CS 244\*244; интерактивная доска Promethean, ПК с возможностью подключения к сети «Интернет» (i5/4Gb/HDD 1Tb) (11 шт.); ауд. 126 (Воронеж, ул. Хользунова, 40-а). Специализированная мебель, мультимедиа-проектор BenQ MX511, ПК с возможностью подключения к сети «Интернет» (Razer 5/4Gb/1Tb) (10 шт.), экран настенный CS 244\*244, интерактивная доска Promethean.