



С Т А Н Д А Р Т
ВОРОНЕЖСКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО УНИВЕРСИТЕТА

Система менеджмента качества
ГОСУДАРСТВЕННАЯ ИТОГОВАЯ АТТЕСТАЦИЯ
Структура и содержание государственных
аттестационных испытаний по направлению подготовки
42.04.02 Журналистика
Магистратура

Предисловие

РАЗРАБОТАН – кафедрами теории и практики журналистики, рекламы и дизайна, телевизионной и радиожурналистики

ОТВЕТСТВЕННЫЙ ИСПОЛНИТЕЛЬ – декан факультета журналистики В.В.Тулупов

УТВЕРЖДЕН приказом ректора от 30.11.2017 № 0967

ВВОДИТСЯ ВМЕСТО СТ ВГУ 2.1.02.031300М – 2014 Система менеджмента качества государственная итоговая аттестация. Структура и содержание государственных аттестационных испытаний по направлению подготовки 031300 «Журналистика». Профиль «СМИ и Интернет. Профиль «Функционирование телевидения и радиовещания». Профиль «Реклама и публичных отношений». Магистратура.

СРОК ПЕРЕСМОТРА по мере необходимости.

Содержание

	Стр.
1 Область применения	5
2 Нормативные ссылки	5
3 Термины и сокращения	5
4 Профессиональная подготовленность выпускника	6
5 Государственный экзамен	10
6 Выпускная квалификационная работа	26
Приложение А (обязательное) Форма протокола заседания ГЭК	44
Приложение Б (обязательное) Форма приложения к протоколу заседания ГЭК о проведении государственного экзамена	45
Приложение В (обязательное) Форма приложения к протоколу заседания ГЭК по защите ВКР	46
Приложение Г (обязательное) Форма приложения к протоколу заседания ГЭК о присвоении квалификации выпускникам	47
Приложение Д (обязательное) Форма протокола заседания апелляционной комиссии	48
Приложение Е (обязательное) Форма контрольно-измерительного материала	49
Приложение Ж (обязательное) Форма задания на выполнение выпускной квалификационной работы	50
Приложение З (обязательное) Форма титульного листа выпускной квалификационной работы	51
Приложение И (обязательное) Форма рецензии на выпускную квалификационную работу	52
Приложение К (обязательное) Образец оценочного листа выпускной квалификационной работы	53
Приложение Л (обязательное) Заявление о предоставлении специальных условий при проведении государственной итоговой аттестации	54
Приложение М (дополнительное) Образец оценочного листа государственного экзамена	55
Приложение Н (дополнительное) Форма отзыва о выпускной квалификационной работе	56

Введение

В соответствии с ФГОС по направлению подготовки 42.04.02 Журналистика высшего образования (уровень магистратуры), утвержденный приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 05.11.2015 г. № 1295 (регистрационный № 39820), предусмотрена Государственная итоговая аттестация (ГИА) выпускников в форме:

- а) государственного экзамена;
- б) защиты выпускной квалификационной работы.

Содержание государственных аттестационных испытаний представлено в настоящем стандарте.

СТАНДАРТ ВОРОНЕЖСКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО УНИВЕРСИТЕТА

**Система менеджмента качества
ГОСУДАРСТВЕННАЯ ИТОГОВАЯ АТТЕСТАЦИЯ
Структура и содержание государственных
аттестационных испытаний по направлению подготовки**

42.04.02 Журналистика
магистратура

Утвержден приказом ректора от __.__.20__ № __

Дата введения __.__.20__

1 Область применения

Настоящий стандарт устанавливает общие требования к содержанию и порядок проведения государственной итоговой аттестации обучающихся по образовательной программе высшего образования – 42.04.02 Журналистика в Воронежском государственном университете (далее – Университет).

Положение настоящего Стандарта применяются всеми структурными подразделениями Университета и его филиалами, реализующими указанную основную образовательную программу.

2 Нормативные ссылки

Настоящий стандарт разработан в соответствии со следующими нормативными документами:

ФГОС по направлению подготовки 42.04.02 Журналистика высшего образования (уровень магистратуры), утвержденный приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 05.11.2015 г. № 1295;

СТ ВГУ 2.1.02 – 2015 Система менеджмента качества. Государственная итоговая аттестация по образовательным программам высшего образования – программам магистратуры, программам специалитета и программам магистратуры. Общие требования к содержанию и порядок проведения.

3 Термины и сокращения

В настоящем стандарте применены следующие термины и сокращения:

ФГОС ВО – федеральный государственный стандарт высшего образования;

ООП – основная образовательная программа;

ГИА – государственная итоговая аттестация;

ГЭК – государственная экзаменационная комиссия;

ВКР – выпускная квалификационная работа;

КИМ – контрольно-измерительный материал;

ПР – паблик рилейшнз;

СМИ – средства массовой информации.

4 Профессиональная подготовленность выпускника

4.1 Выпускники должны быть подготовлены к следующим видам профессиональной деятельности:

Виды профессиональной деятельности	Задачи профессиональной деятельности	Компетенции (общекультурные, профессиональные)
Научно-исследовательская	<p>научное исследование различных аспектов функционирования отечественных и зарубежных средств массовой информации, а также других видов массовой коммуникации на основе самостоятельно разработанной методологии и методики, получение теоретически и практически значимых результатов, выводов;</p> <p>подготовка научных публикаций, докладов, сообщений по результатам собственных исследований или выполненных исследовательской группой при участии автора;</p>	<p>способность к абстрактному мышлению, анализу, синтезу (ОК-1);</p> <p>готовность к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала (ОК-3);</p> <p>способность использовать новейшие достижения в области культуры, науки, техники и технологии (ОК-4);</p> <p>способность к коммуникации в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном языке для решения задач профессиональной деятельности (ОПК-1);</p> <p>готовность руководить коллективом в сфере своей профессиональной деятельности, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОПК-2);</p> <p>готовность осуществлять профессиональную деятельность, основываясь на знании современных концепций массовой коммуникации и положений теории журналистики, понимании спектра функций СМИ, как важнейшего социального института и средства социальной коммуникации, роли аудитории в процессе потребления и производ-</p>

		<p>ства массовой информации (ОПК-3); готовность осуществлять профессиональную деятельность, базируясь на знании современных медиасистем, их структуры, знания специфики российской и зарубежных национальных моделей СМИ (ОПК-4); готовность следовать принципам деонтологии в профессиональной практике, эффективно применять этические и правовые нормы (ОПК-6); готовность учитывать значение экономических факторов в деятельности медиапредприятий, эффективно использовать знания медиаэкономики в профессиональной деятельности (ОПК-7); готовность к самостоятельному проведению научного медиаисследования, выполнению всех необходимых его этапов, способность выполнять исследовательскую работу, опираясь на имеющийся российский и зарубежный опыт в данной области (ОПК-8); готовность выявлять и обосновывать актуальные проблемы для медиаисследований, самостоятельно их проводить, разрабатывать методологию, программы, методики, анализировать и презентовать результаты (ПК-4).</p>
Журналистская авторская	высококвалифицированное выполнение профессионально-творческих обязанностей по созданию медиаконтента	<p>способность к абстрактному мышлению, анализу, синтезу (ОК-1); готовность действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения (ОК-2);</p>

		<p>готовность к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала (ОК-3);</p> <p>способность использовать новейшие достижения в области культуры, науки, техники и технологии (ОК-4);</p> <p>способность к коммуникации в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном языке для решения задач профессиональной деятельности (ОПК-1);</p> <p>готовность руководить коллективом в сфере своей профессиональной деятельности, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОПК-2);</p> <p>готовность осуществлять профессиональную деятельность, основываясь на знании современных концепций массовой коммуникации и положений теории журналистики, понимании спектра функций СМИ, как важнейшего социального института и средства социальной коммуникации, роли аудитории в процессе потребления и производства массовой информации (ОПК-3);</p> <p>готовность осуществлять профессиональную деятельность, базируясь на знании современных медиасистем, их структуры, знания специфики российской и зарубежных национальных моделей СМИ (ОПК-4);</p> <p>готовность следовать принципам создания современных медиатекстов</p>
--	--	--

		<p>для разных медийных платформ, способность учитывать их специфику в профессиональной деятельности (ОПК-5);</p> <p>готовность следовать принципам деонтологии в профессиональной практике, эффективно применять этические и правовые нормы (ОПК-6);</p> <p>готовность создавать журналистский авторский медиаконтент в форматах и жанрах повышенной сложности, основываясь на углубленном понимании их специфики, функций, знании технологий и профессиональных стандартов (ПК-1);</p> <p>готовность выполнять различные виды редакционной работы с целью создания медийных проектов повышенной сложности (ПК-2).</p>
--	--	--

4.2 Требования к результатам освоения образовательных программ высшего образования (магистратуры) и соответствующие формы государственного аттестационного испытания.

Профессиональные задачи в соответствии с видами профессиональной деятельности	Компетенции (общекультурные, профессиональные)			Форма государственного аттестационного испытания
	ОК	ОПК	ПК	Защита ВКР

Профессиональные задачи в соответствии с видами профессиональной деятельности	Компетенции (общекультурные, профессиональные)			Форма государственного аттестационного испытания
	ОК	ОПК	ПК	Защита ВКР
<p>Научно-исследовательская деятельность:</p> <p>научное исследование различных аспектов функционирования отечественных и зарубежных средств массовой информации, а также других видов массовой коммуникации на основе самостоятельно разработанной методологии и методики, получение теоретически и практически значимых результатов, выводов; публикаций, докладов, сообщений по результатам собственных исследований или выполненных исследовательской группой при участии автора.</p>	1, 3, 4	1, 2, 3, 4, 6, 7, 8	4	Государственный экзамен, защита ВКР
Журналистская авторская деятельность:	1, 2, 3, 4	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7	1, 2	Государственный экзамен, защита ВКР

5 Государственный экзамен

5.1 Перечень разделов, тем дисциплины (дисциплин) образовательной программы, обеспечивающих получение профессиональной подготовки выпускника, проверяемой в ходе государственного экзамена

Профиль «СМИ и Интернет»

Компетенции (общекультурные, профессиональные)	Разделы, темы дисциплины (дисциплины основной образовательной программы)	Примечание
способность к абстрактному мышлению, анализу, синтезу (ОК-1)	Философские основы науки и современного журнализма	Соответствует следующим видам деятельности: научно-исследовательская, журналистская авторская

ответственность за принятые решения (ОК-2)	Деонтология журналистики	Соответствует следующим видам деятельности: журналистская авторская
готовность к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала (ОК-3)	Медиаобразование	Соответствует следующим видам деятельности: научно-исследовательская, журналистская авторская
способность использовать новейшие достижения в области культуры, науки, техники и технологии (ОК-4)	Компьютерные технологии в журналистике и научных исследованиях	Соответствует следующим видам деятельности: научно-исследовательская, журналистская авторская
способность к коммуникации в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном языке для решения задач профессиональной деятельности (ОПК-1)	Филологическое обеспечение профессиональной деятельности и деловой коммуникации Функциональный стиль массовой коммуникации Иностранный язык в профессиональной деятельности Ораторское искусство Язык и стиль интернет-коммуникации	Соответствует следующим видам деятельности: научно-исследовательская, журналистская авторская
готовность руководить коллективом в сфере своей профессиональной деятельности, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОПК-2);	Деонтология журналистики Межкультурная коммуникация	Соответствует следующим видам деятельности: научно-исследовательская, журналистская авторская

<p>готовность осуществлять профессиональную деятельность, основываясь на знании современных концепций массовой коммуникации и положений теории журналистики, понимании спектра функций СМИ, как важнейшего социального института и средства социальной коммуникации, роли аудитории в процессе потребления и производства массовой информации (ОПК-3)</p>	<p>Современные теории массовой коммуникации Журналистика как социокультурный феномен Проблемы современности и повестки дня СМИ Современные медиасистемы Система современных интернет-СМИ Ораторское искусство Современный литературный процесс Имиджелогия Политтехнологии</p>	<p>Соответствует следующим видам деятельности: научно-исследовательская, журналистская авторская</p>
<p>готовность осуществлять профессиональную деятельность, базируясь на знании современных медиасистем, их структуры, знания специфики российской и зарубежных национальных моделей СМИ (ОПК-4)</p>	<p>Современные медиасистемы Информационная безопасность Блоги и социальные сети Типология интернет-СМИ Телевидение и радио в Интернете</p>	<p>Соответствует следующим видам деятельности: научно-исследовательская, журналистская авторская</p>
<p>готовность следовать принципам создания современных медиатекстов для разных медийных платформ, способность учитывать их специфику в профессиональной деятельности (ОПК-5)</p>	<p>Современный медиатекст Деонтология журналистики Интернет как феномен современности Блоги и социальные сети Дизайн интернет-СМИ Социальная тематика интернет-СМИ Жанры интернет-журналистики Медиакритика в Интернете Журналистский текст в интернет-СМИ</p>	<p>Соответствует следующим видам деятельности: журналистская авторская</p>

готовность следовать принципам деонтологии в профессиональной практике, эффективно применять этические и правовые нормы (ОПК-6)	Правовое регулирование СМИ и интернета	Соответствует следующим видам деятельности: научно-исследовательская, журналистская авторская
готовность учитывать значение экономических факторов в деятельности медиапредприятий, эффективно использовать знания медиаэкономики в профессиональной деятельности (ОПК-7)	Медиаэкономика Маркетинговая коммуникация в интернете	Соответствует следующим видам деятельности: научно-исследовательская, журналистская авторская
готовность к самостоятельному проведению научного медиаисследования, выполнению всех необходимых его этапов, способность выполнять исследовательскую работу, опираясь на имеющийся российский и зарубежный опыт в данной области (ОПК-8)	Методология и методика медиаисследований Психология и социология массовой коммуникации	Соответствует следующим видам деятельности: научно-исследовательская
готовность создавать журналистский авторский медиаконтент в форматах и жанрах повышенной сложности, основываясь на углубленном понимании их специфики, функций, знании технологий и профессиональных стандартов (ПК-1)	Современный медиатекст Система современных интернет-СМИ Аргументация в журналистике Организация работы конвергентной редакции Жанры интернет-журналистики Техническое обеспечение интернет-редакции Медиакритика в Интернете Журналистский текст в интернет-СМИ	Соответствует следующим видам деятельности: журналистская авторская

готовность выполнять различные виды редакционной работы с целью создания медийных проектов повышенной сложности (ПК-2)	Дизайн интернет-СМИ Организация работы конвергентной редакции Техническое обеспечение интернет-редакции Интернет-проекты печатных СМИ	Соответствует следующим видам деятельности: журналистская авторская
готовность выявлять и обосновывать актуальные проблемы для медиаисследований, самостоятельно их проводить, разрабатывать методологию, программы, методики, анализировать и презентовать результаты.(ПК-4)	Методология и методика медиаисследований Психология и социология массовой коммуникации	Соответствует следующим видам деятельности: научно-исследовательская

Профиль «Реклама и паблик рилейшнз»

Компетенции (общекультурные, профессиональные)	Разделы, темы дисциплины (дисциплины основной образовательной программы)	Примечание
способность к абстрактному мышлению, анализу, синтезу (ОК-1)	Философские основы науки и современного журнализма	Соответствует следующим видам деятельности: научно-исследовательская, журналистская авторская

<p>ответственность за принятые решения (ОК-2)</p>	<p>Деонтология журналистики</p>	<p>Соответствует следующим видам деятельности: журналистская авторская</p>
<p>готовность к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала (ОК-3)</p>	<p>Медиаобразование</p>	<p>Соответствует следующим видам деятельности: научно-исследовательская, журналистская авторская</p>
<p>способность использовать новейшие достижения в области культуры, науки, техники и технологии (ОК-4)</p>	<p>Компьютерные технологии в журналистике и научных исследованиях</p>	<p>Соответствует следующим видам деятельности: научно-исследовательская, журналистская авторская</p>
<p>способность к коммуникации в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном языке для решения задач профессиональной деятельности (ОПК-1)</p>	<p>Филологическое обеспечение профессиональной деятельности и деловой коммуникации Функциональный стиль массовой коммуникации Иностранный язык в профессиональной деятельности Аргументация в журналистике Коммерческая номинация</p>	<p>Соответствует следующим видам деятельности: научно-исследовательская, журналистская авторская</p>
<p>готовность руководить коллективом в сфере своей профессиональной деятельности, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОПК-2);</p>	<p>Деонтология журналистики Система современных видов рекламной и СО коммуникации Межкультурная коммуникация</p>	<p>Соответствует следующим видам деятельности: научно-исследовательская, журналистская авторская</p>

<p>готовность осуществлять профессиональную деятельность, основываясь на знании современных концепций массовой коммуникации и положений теории журналистики, понимании спектра функций СМИ, как важнейшего социального института и средства социальной коммуникации, роли аудитории в процессе потребления и производства массовой информации (ОПК-3)</p>	<p>Журналистика как социокультурный феномен Проблемы современности и повестки дня СМИ Современные медиасистемы Менеджмент в рекламе и СО Современный литературный процесс Имиджелогия Политтехнологии</p>	<p>Соответствует следующим видам деятельности: научно-исследовательская, журналистская авторская</p>
<p>готовность осуществлять профессиональную деятельность, базируясь на знании современных медиасистем, их структуры, знания специфики российской и зарубежных национальных моделей СМИ (ОПК-4)</p>	<p>Современные медиасистемы</p>	<p>Соответствует следующим видам деятельности: научно-исследовательская, журналистская авторская</p>
<p>готовность следовать принципам создания современных медиатекстов для разных медийных платформ, способность учитывать их специфику в профессиональной деятельности (ОПК-5)</p>	<p>Современный медиатекст Деонтология журналистики Современная пресс-служба Социальная реклама Политическая реклама Корпоративные СО</p>	<p>Соответствует следующим видам деятельности: журналистская авторская</p>

готовность следовать принципам деонтологии в профессиональной практике, эффективно применять этические и правовые нормы (ОПК-6)	Деонтология журналистики	Соответствует следующим видам деятельности: научно-исследовательская, журналистская авторская
готовность учитывать значение экономических факторов в деятельности медиапредприятий, эффективно использовать знания медиаэкономики в профессиональной деятельности (ОПК-7)	Медиаэкономика Бренд-менеджмент	Соответствует следующим видам деятельности: научно-исследовательская, журналистская авторская
готовность к самостоятельному проведению научного медиаисследования, выполнению всех необходимых его этапов, способность выполнять исследовательскую работу, опираясь на имеющийся российский и зарубежный опыт в данной области (ОПК-8)	Методология и методика медиаисследований Психология и социология массовой коммуникации	Соответствует следующим видам деятельности: научно-исследовательская
готовность создавать журналистский авторский медиаконтент в форматах и жанрах повышенной сложности, основываясь на углубленном понимании их специфики, функций, знании технологий и профессиональных стандартов (ПК-1)	Современный медиатекст Разработка рекламного и СО-продукта Ораторское искусство Современная пресс-служба Персоносфера рекламы Реклама и СО в туризме Социальная реклама Политическая реклама Корпоративные СО Игровые технологии в рекламе и СО Коммерческая номинация	Соответствует следующим видам деятельности: журналистская авторская

готовность выполнять различные виды редакционной работы с целью создания медийных проектов повышенной сложности (ПК-2)	Организация кампаний в сфере связей с общественностью Политический и бизнес-консалтинг Выставочная деятельность Коммуникация на местах продаж товаров и услуг Социальная реклама Политическая реклама Корпоративные СО	Соответствует следующим видам деятельности: журналистская авторская
готовность выявлять и обосновывать актуальные проблемы для медиаисследований, самостоятельно их проводить, разрабатывать методологию, программы, методики, анализировать и презентовать результаты.(ПК-4)	Методология и методика медиаисследований Психология и социология массовой коммуникации Политический и бизнес-консалтинг	Соответствует следующим видам деятельности: научно-исследовательская

Профиль «Функционирование телевидения
и радиовещания»

Компетенции (общекультурные, профессиональные)	Разделы, темы дисциплины (дисциплины основной образовательной программы)	Примечание
способность к абстрактному мышлению, анализу, синтезу (ОК-1)	Философские основы науки и современного журнализма	Соответствует следующим видам деятельности: научно-исследовательская, журналистская авторская

ответственность за принятые решения (ОК-2)	Деонтология журналистики	Соответствует следующим видам деятельности: журналистская авторская
готовность к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала (ОК-3)	Медиаобразование	Соответствует следующим видам деятельности: научно-исследовательская, журналистская авторская
способность использовать новейшие достижения в области культуры, науки, техники и технологии (ОК-4)	Компьютерные технологии в журналистике и научных исследованиях	Соответствует следующим видам деятельности: научно-исследовательская, журналистская авторская
способность к коммуникации в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном языке для решения задач профессиональной деятельности (ОПК-1)	Филологическое обеспечение профессиональной деятельности и деловой коммуникации Функциональный стиль массовой коммуникации Иностранный язык в профессиональной деятельности Ораторское искусство Эфирная речь	Соответствует следующим видам деятельности: научно-исследовательская, журналистская авторская
готовность руководить коллективом в сфере своей профессиональной деятельности, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОПК-2);	Деонтология журналистики Организация редакционной деятельности на радио и телевидении Межкультурная коммуникация	Соответствует следующим видам деятельности: научно-исследовательская, журналистская авторская

<p>готовность осуществлять профессиональную деятельность, основываясь на знании современных концепций массовой коммуникации и положений теории журналистики, понимании спектра функций СМИ, как важнейшего социального института и средства социальной коммуникации, роли аудитории в процессе потребления и производства массовой информации (ОПК-3)</p>	<p>Современные теории массовой коммуникации Журналистика как социокультурный феномен Проблемы современности и повестки дня СМИ Современные медиасистемы Теле- и радиожурналистика в современном медийном пространстве Современный литературный процесс Имиджелогия</p>	<p>Соответствует следующим видам деятельности: научно-исследовательская, журналистская авторская</p>
<p>готовность осуществлять профессиональную деятельность, базируясь на знании современных медиасистем, их структуры, знания специфики российской и зарубежных национальных моделей СМИ (ОПК-4)</p>	<p>Современные медиасистемы</p>	<p>Соответствует следующим видам деятельности: научно-исследовательская, журналистская авторская</p>
<p>готовность следовать принципам создания современных медиатекстов для разных медийных платформ, способность учитывать их специфику в профессиональной деятельности (ОПК-5)</p>	<p>Современный медиатекст Визуализация информации Мастерство теле- и радиосценариста</p>	<p>Соответствует следующим видам деятельности: журналистская авторская</p>

<p>готовность следовать принципам деонтологии в профессиональной практике, эффективно применять этические и правовые нормы (ОПК-6)</p>	<p>Деонтология журналистики</p>	<p>Соответствует следующим видам деятельности: научно-исследовательская, журналистская авторская</p>
<p>готовность учитывать значение экономических факторов в деятельности медиапредприятий, эффективно использовать знания медиаэкономики в профессиональной деятельности (ОПК-7)</p>	<p>Медиаэкономика Маркетинговые коммуникации и электронные СМИ</p>	<p>Соответствует следующим видам деятельности: научно-исследовательская, журналистская авторская</p>
<p>готовность к самостоятельному проведению научного медиаисследования, выполнению всех необходимых его этапов, способность выполнять исследовательскую работу, опираясь на имеющийся российский и зарубежный опыт в данной области (ОПК-8)</p>	<p>Методология и методика медиаисследований Психология и социология массовой коммуникации</p>	<p>Соответствует следующим видам деятельности: научно-исследовательская</p>
<p>готовность создавать журналистский авторский медиаконтент в форматах и жанрах повышенной сложности, основываясь на углубленном понимании их специфики, функций, знании технологий и профессиональных стандартов (ПК-1)</p>	<p>Современный медиатекст Технологии креатива в теле- и радиожурналистике Аргументация в журналистике Современные тенденции новостной и аналитической радиожурналистики Современные тенденции новостной и аналитической тележурналистики Телевизионная и радиопублицистика</p>	<p>Соответствует следующим видам деятельности: журналистская авторская</p>

готовность выполнять различные виды редакционной работы с целью создания медийных проектов повышенной сложности (ПК-2)	Операторское мастерство Современные тенденции аудио- и видеомонтажа Звук на радио и телевидении Телевизионная режиссура	Соответствует следующим видам деятельности: журналистская авторская
готовность выявлять и обосновывать актуальные проблемы для медиаисследований, самостоятельно их проводить, разрабатывать методологию, программы, методики, анализировать и презентовать результаты.(ПК-4)	Методология и методика медиаисследований Психология и социология массовой коммуникации	Соответствует следующим видам деятельности: научно-исследовательская

5.2 Программа государственного экзамена

Основная цель государственного экзамена: проверить уровень профессиональной подготовленности выпускников к работе в сфере журналистики. Содержание государственного экзамена определяется ФГОС ВО по направлению подготовки 42.04.02 Журналистика (магистратура). Государственный экзамен имеет междисциплинарный характер и включает в себя проверку теоретических знаний по наиболее важным темам дисциплин, освоенных в процессе обучения по направлению подготовки 42.04.02 Журналистика (магистратура). Обязательным условием допуска к сдаче государственного экзамена является отсутствие академических задолженностей. В свою очередь, успешная сдача государственного экзамена является допуском к защите ВКР.

Подготовка по направлению 42.04.02 Журналистика осуществляется по трем профилям: «СМИ и Интернет», «Функционирование телевидения и радиовещания» и «Реклама и паблик рилейшнз». Содержание государственного экзамена учитывает профиль подготовки выпускника. Предлагаемый на экзамене перечень вопросов делится на два блока. Первый блок состоит из базового раздела Б1.Б. Второй блок состоит из вариативного раздела Б1.В которая включает дисциплины магистерской программы (профиля), в т.ч. практико-ориентированные задания. Соответственно каждый КИМ включает один вопрос из блока №1 и практико-ориентированное задание из блока №2.

Содержание государственного экзамена:

Блок №1.

1. Классификация и основные понятия и методы медиаисследований.

Выборочная и генеральная совокупности. Виды выборок (зависимые-независимые, репрезентативные-нерепрезентативные, вероятностные-невероятностные. Первичные и вторичные медиаисследования. Количественный и качественные медиаисследования. Исследования для определения рейтингов популярности СМИ.

Определение понятия «метод». Методы общенаучного характера (индукция и дедукция, анализ и синтез, аналогия, обобщение, идеализация, типологизация, сравнение и т.п.) применительно к медиаисследованиям. Метод обобщения характеристик. Методы парных и множественных сравнений. Метод идеальных типов. Аксиоматический метод. Факторный анализ.

2. Программное обеспечение, используемое в профессиональной деятельности журналиста.

Программы для работы с документами, пакет MS Office (Word, Excel, Power Point), редактор растровой графики Adobe Photoshop, программа верстки Adobe InDesign.

Структурированное распределение данных по разделам жесткого диска и папкам. Организация резервного копирования информации.

3. Научные основы современной журналистики.

Основы научного познания мира. Научный анализ картины мира. Журналистский анализ. Научный и журналистский анализ мира – сходства и отличия.

Эмпирический аспект (социология, политэкономия, социальная психология – и журналистика). Социокультурный аспект (культурология, философия, политология – и журналистика).

Политологическое и социально-экономическое рассмотрение массовой коммуникации: К. Маркс, В.И. Ленин, Г. Лебон, Г.Тард. Принцип партийности и коммунистическая агитация. Политическая агитация в масс-медиа: роль манипуляции и мифологизации. Спор либерализма и авторитаризма в теории массовых коммуникаций. Пропаганда позитивных социальных ценностей в работах западных ученых (Э. Тоффлер, Г.М. Маклюэн).

Социокультурные и культурологические подходы к массовым коммуникациям на Западе. Рассмотрение культуры как способа распространения информации. Эволюция техники и духовное развитие личности в трудах Маклюэна, М. Кастельса и др. Массовая культура и противоречия информационного общества. Идеи С. Лема. Значение лингвистического подхода к медийной информации. Теория диалога М. Бахтина.

4. Когнитивный уровень и потребностно-мотивационный уровень воздействия в сфере массовой коммуникации (на примере рекламной практики).

Ощущение, внимание, восприятие в процессе воздействия на потребителя массовой информации. Основные виды и свойства внимания. Механизмы, способы и приемы привлечения внимания к рекламным и другим медийным сообщениям. Свойства восприятия. Процесс оптимизации восприятия массовой информации. Стереотипы целевой аудитории и их использование в воздействии на массовую аудиторию. Виды ассоциаций, ассоциативное мышление. Использование ассоциа-

ций в практике создания рекламных и других медийных сообщений. Память, ее участие в усвоении и воспроизведении массовой

Потребности, которые учитываются при создании рекламных и других медийных сообщений в массовой коммуникации. Пирамида потребностей А. Маслоу. Классификация потребностей отечественных психофизиологов. Потребительская мотивация в рекламной коммуникации. Доверие к содержанию, к изображению, к персонажу в медийных сообщениях. Методики выявления мотивов и их использование в массовой коммуникации.

5. Качественные и количественные технологии прикладного исследования массовой коммуникации.

Качественные методы: их цели в исследовании СМИ, рекламы и PR. Глубинное интервью и особенность его применения. Качества интервьюера. Групповые интервью и их разновидности. Процедура проведения фокус-группового исследования. Проективные техники в изучении сенситивных проблем массовой коммуникации.

Сфера применения количественных исследований массовой коммуникации. Определение целевой аудитории. Традиционный опрос и специфика его применения. Панельный метод и его характеристика. Индекс потребительских настроений. Технология современных способов изучения размеров и состава аудитории. Определение рейтингов СМИ.

6. Понятие о функциональных стилях речи, их классификация. Речевые ошибки и их типы.

Система функциональных стилей. Классификация функциональных стилей. Схема описания функциональных стилей: экстралингвистические факторы, стилевые черты, лингвистические параметры.

Типы текстовых ошибок: ошибки в содержании мысли, ошибки в языковом выражении мысли; речевые и собственно стилистические ошибки. Лексические, морфологические, синтаксические ошибки.

7. Система аргументов в аналитической журналистике

Прямые и косвенные аргументы, используемые в журналистском произведении. Требования логики к тезису и аргументу.

Первоначальный анализ фактического материала. Группировка и типологизация данных. Аналогия и сравнение. Анализ и синтез. Моделирование. Эксперимент. Формально-логические методы. Гипотетический метод. Метод историзма. Оценка и прогноз в аналитических текстах.

8. Масс-медиа и медиаобразование.

Возникновение и развитие массмедиа. Виды современных медиа. Виды медиатекстов (документальные, научно-популярные, учебные, игровые, анимационные и др.). Их роль, задачи, функции. Современная медиакритика.

Понятие медиаобразования. Основные категории медиаобразования. Теории медиаобразования («инъекционная», идеологическая, культурологическая, семиоти-

ческая, практическая, эстетическая, социокультурная, теория развития критического мышления и др.). Задачи медиаобразования. Основные направления медиаобразования. Виды и формы медиаобразования. Медиаобразование: направление в педагогике и учебная дисциплина.

9. Основные тенденции развития современной литературы.

Понятие о литературном процессе. Литературный процесс как отражение реальной жизни. Влияние постмодернизма на развитие литературного процесса. Символичность и документализм как тенденции развития современной литературы. Особенности выражения авторской позиции в современной литературе. Эссеизм как тенденция развития литературы XXI века. Творчество крупнейших писателей России на рубеже XX-XXI веков. Литература как точка зрения.

Темы, идеи и образы современного литературного процесса.

10. Имиджелогия как прикладная наука. Основные типы и виды имиджей. Формирование и изменение имиджа.

11. Глобальные проблемы и их отражение в СМИ.

Глобализация и глобальные процессы. Глобальные проблемы, их основные виды. Отражение в СМИ глобальных политических и экономических проблем. Экологическая проблематика в СМИ. Проблемы демографические и социальные проблемы в СМИ.

Возникновение информационного общества. Общая характеристика информационного общества. Роль СМИ в информационном обществе. Пресса в ИО («смерть газет»). Радио и ТВ в информационном обществе. Интернет-журналистика. Интернет как среда для медиаконвергенции.

12. Мировые медиасистемы и медиасистема России (обзор).

Периодическая печать в США и странах ЕС. Телевидение в США и странах ЕС. Телеком-сектор в США и странах ЕС.

Периодическая печать. Электронные СМИ. Телеком-сектор.

13. Регулярный менеджмент в системе эффективного функционирования медиапредприятия.

Понятие регулярного менеджмента. Процессы и элементы регулярного менеджмента: структура, финансы, бизнес-план (стратегия), маркетинг, экономика, учет, логистика, автоматизация управления, документооборот, реинжиниринг бизнес-процессов.

Понятие бизнес-планирования. Подготовительные этапы к созданию бизнес-плана. Характеристики, виды, структура бизнес-плана. Программные инструменты создания бизнес-план проекта. Основные разделы бизнес-плана: стратегия маркетинга, финансовое планирование, логистика и др.

14. Медиатексты и медиадискурсы в системе текстов и дискурсов современной культуры.

Понятие медиатекста как определенной и отграниченной совокупности знаков и смыслов, отражающих авторскую идею и создающих медийную картину мира. Переход текста в дискурс.

Виды текстов (научные, художественные, юридические, рекламные, бытовые, журналистские и т.д.). Свойства медийности текстов как категории науки о СМИ : оперативность, событийность, актуальность, лапидарность и т.д. Метатексты культуры. Влияние массового общества на функционирование медиатекстов.

Событие в жизни и в масс-медиа. Философское толкование события как прерывания потока бытия и изменения обыденности. Масштаб события и его влияние на аудиторию как факторы типологизации медийных событий. Квазисобытия и их тенденциозный отбор, «утки» в СМИ. Искажение событий реальной жизни в СМИ: причины недоверия к журналистике. Баланс негативного и позитивного в событийной ленте. Новости как квинтэссенция событийности «жизненного мира» (М. Хайдеггер).

15.Изобразительно-выразительные средства газетно-публицистического стиля речи.

Тропы и стилистические фигуры. Языковая игра в СМИ.

Определение понятий «тропы» и «стилистические фигуры». Тропы и их разновидности. Стилистические фигуры и их разновидности. Примеры использования изобразительно-выразительных средств языка в прессе.

Понятие языковой игры. Языковая игра на разных уровнях: фонетическом, графическом, лексическом, лексико-фразеологическом, словообразовательном, морфологическом, синтаксическом. Примеры языковой игры в прессе.

16. Система деонтологии журналистики.

Понятия профессиональный долг и ответственность журналиста и их отражение в правовых документах. Недопустимость злоупотребления свободой массовой информации. Права и обязанности журналиста. Ответственность за нарушение законодательства о СМИ.

Понятия профессиональный долг и ответственность журналиста и их отражение в этических документах на уровне отношений: журналист – аудитория, журналист – источник информации, журналист – автор, журналист – герой, журналист – коллеги, журналист – власть. Саморегулирование в журналистике.

Блок №2

Профиль «СМИ и Интернет»

1. Медиаконвергенция, ее уровни и бизнес-модели.

Медиаконвергенция, ее определение и сущность. Предпосылки и факторы развития медиаконвергенции. Уровни конвергенции СМИ: технологический, экономический, профессиональный.

Понятие бизнес-модели СМИ. Основные элементы бизнес-модели конвергентного СМИ. Источники доходов конвергентных СМИ. Монетизация контента, платные сервисы, конвергенция с мобильными устройствами, интернет-реклама.

2. Радио и телевидение в интернете.

История появления интернет-радиостанций. Особенности и преимущества интернет-радиовещания. Характеристики и разновидности современных радиостанций в интернете. Ведущие российские интернет-радиостанции.

История появления интернет-телевидения. Особенности и преимущества интернет-ТВ. Характеристики и разновидности современных телеканалов и телепрограмм в интернете. Ведущие российские интернет-телеканалы.

3. Социологические и маркетинговые исследования интернет-СМИ.

Потребность в исследовании интернет-СМИ: научно-исследовательские цели и запросы отрасли. Виды исследований интернет-СМИ. Инструменты для исследования интернет-СМИ.

Требования к методам сбора информации при проведении исследований интернет-СМИ. Выбор методов для сбора информации. Инструменты для сбора информации об интернет-СМИ. Автоматизированный сбор информации в интернете: счетчики, рейтинги, их основные показатели. Проблема достоверности показателей автоматизированных систем сбора информации.

4. Организация работы конвергентной редакции.

Особенности структуры конвергентной редакции. Принципы работы с новостями. Новые условия для планирования редакционной деятельности в конвергентном СМИ. Составление планов. Виды планов.

Сюжет. Сюжетирование публикаций.

5. Контент конвергентного СМИ. классические и новые жанры.

Особенности контента современного конвергентного СМИ. Классические жанры, их место, роль и трансформация в конвергентном СМИ. Зарождение новых жанровых форм в интернет-СМИ. Характеристика и функции новых жанровых форм в конвергентном СМИ.

Мультимедиа и мультимедийный контент. Функции мультимедийного контента в конвергентном СМИ. Мультимедийные жанровые формы. Понятие синтетических жанров. Виды синтетических жанров.

6. Профессиональная этика журналиста в интернете.

Новые вызовы и профессиональная этика журналиста. Сетевой этикет. Журналист в социальных сетях. Социальные медиа и вмешательство в частную жизнь. Конфликт редакционной политики и личной позицией журналиста в социальных сетях.

7. Визуализация информации в мультимедийных публикациях.

Значение визуальной информации в мультимедийных публикациях. Инфографика, ее разновидности. Диаграммы, графики, тайм-линии, карты, интерактивная графика, аудио- и видеоконтент. Проблемы эффективного применения визуализации. Программы и приложения для создания и обработки мультимедийного контента.

8. Правовое регулирование интернет-СМИ.

Проблемы правового регулирования интернет-СМИ. Понятие «сетевое издание» в ФЗ «О СМИ». Ограничения на распространение информации в интернет-СМИ: общие, возрастные, ограничения на распространение некоторых видов информации, ограничения на распространение рекламы. Государственная блокировка интернет-ресурсов.

Диффамация. Виды диффамации (уничужение чести достоинства и деловой репутации, оскорбление, клевета) и ответственность за них (административная, гражданская, уголовная). Защита персональных данных, частной жизни и права на изображение. Защита авторского права. Проблема экстремизма в СМИ.

9. Информационная безопасность журналиста и редакции.

Информационная безопасность журналиста. Защита сотовой связи. Информационная безопасность в интернете: защита учетных данных, антивирусная защита. Защита данных: криптография и шифрование.

Информационная безопасность редакции. Защита компьютерных систем. Защита данных: контроль доступа и резервное копирование.

10. Концепция «Веб 2.0» и гражданская журналистика

История возникновения концепции и термина «веб 2.0». Основные отличительные черты сервисов, относящихся к поколению «веба 2.0».

Контент, создаваемый пользователями. Правомерность терминов «гражданская журналистика» и «гражданские медиа». Деятельность пользователей интернет-сервисов социальных сетей по публикации и распространению социально значимой информации.

11. Понятия социальной сети и блога. Роли пользователей социальных сетей.

Определение понятий «блог», «интернет-сервис социальных сетей». Понятие автономного блога и блог-платформы. Социальные интернет-сервисы. Признаки, позволяющие считать социальный интернет-сервис социальной сетью.

Роли пользователя-публикатора (очевидец, ретранслятор, републикатор, коллектор, организатор/координатор, комментатор, эксперт, сатирик, публицист). Роли пользователя – представителя аудитории (реципиент, коммуникатор, комбинатор).

12. История интернета и интернет-журналистики

Прототипы интернета: ARPANet и другие сети. Первые сервисы: электронная почта и FTP-протокол. Появление «мировой паутины» (WWW) и сайтов. Интернет и мультимедийный контент. Развитие российского сегмента интернета. «Веб 2.0» и эпоха пользовательского контента. Проекты «Веб 3.0».

Основные этапы развития интернет-журналистики. Особенности интернет-журналистики. Место интернет-журналистики в медиапространстве. Интернет и массовая коммуникация.

13. Реклама в интернете.

Виды рекламы в интернете. Графическая (баннерная) реклама. Современные разновидности графической рекламы в сети: анимированная и интерактивная реклама. Текстовая реклама в интернете. Контекстовая реклама. Баннерные системы. Преимущества интернет-рекламы. Показатели эффективности интернет-рекламы.

14. Процесс создания интернет-СМИ.

Моделирование интернет-СМИ: концепция, используемые типы контента. Конвергенция с другими версиями СМИ (газета, радиостанция, телеканал). Конвергенция с социальными сетями. Бизнес-модель. Наполнение разделов сайта. Привлечение пользовательского контента.

Веб-дизайн сайта СМИ. Понятие юзабилити. Требования к дизайну: кроссбраузерность, кроссплатформенность. Мобильная версия сайта и мобильные приложения. Требования к навигации на сайте.

Выбор платформы для сайта. Системы управления контентом (CMS). Хостинг сайта, основные требования к хостингу.

15. Интернет-сервисы в индивидуальной работе журналиста.

Поиск информации в интернете. Инструменты поиска в интернете.. Базы данных и справочные системы. Поиск и мониторинг в социальных сетях. Профессиональная коммуникация журналиста в интернете: цели и инструменты. Краудсорсинг в журналистской деятельности. Журналистские расследования в интернете.

16. Мобильные платформы в интернет-СМИ.

Кроссплатформенность как ключевое требование к интернет-СМИ. Виды мобильных платформ. Мобильные приложения и мобильные версии сайта: особенности использования, достоинства и недостатки.

Практико-ориентированные задания

1. Конвергенция в российских СМИ. Анализ конвергентного СМИ (по выбору).

Анализ конвергентного СМИ по выбору студента. Типологические признаки. Разделы сайта СМИ. Используемые способы медиаконвергенции. Мультимедийный контент, его характеристики. Интерактивные механизмы и контент, создаваемый пользователями. Использование редакцией социальных сетей.

2. Анализ деятельности СМИ в социальных медиа (по выбору).

Особенности конвергенции СМИ с социальными медиа (по выбору студента). Аккаунты СМИ в социальных сетях, их характеристики (количество подписчиков, особенности контента, наличие мультимедийной информации, связь с аудиторией).

Использование контента социальных сетей в публикациях СМИ.

Профиль «Реклама и публичных отношений»

1. Школы менеджмента. Менеджмент в рекламе.

Понятие менеджмента. Функции и ключевые характеристики менеджмента. Школы менеджмента. Школа научного управления, административная (классическая) школа, «школа человеческих отношений», количественная (управленческая) школа, ситуационная и системная школы. Организация рекламной деятельности и управление творческим процессом.

2. Рекламные и СО-агентства, рекламные и СО-службы, рекламные и СО-отделы. Профессии рекламы и СО.

Разновидности рекламных агентств. Организационная структура рекламного агентства. Основные профессии и требования к персоналу рекламного агентства. Критерии успешной работы агента. Рекламная служба в системе редакционных служб. Доходность различных видов рекламной деятельности в СМИ.

3. Маркетинговые коммуникации как объединяющий фактор рекламной и СО-деятельности. Структура системы маркетинговых коммуникаций.

4. Достоинства и недостатки основных каналов рекламного воздействия.

5. Основные направления коммуникационной деятельности в связях с общественностью (имиджмейкинг, корпоративный PR, GR, консалтинг и т.д.)

6. Групповые и индивидуальные методы рекламного творчества. Типы стратегий в рекламной кампании.

Мозговая атака как ведущий метод коллективного поиска оригинальных идей. Синектический штурм, метод групповой дискуссии, метод «шести шляп»: основная характеристика и особенности использования. Простое наблюдение, включенное наблюдение и интервью как классические эвристические методы, адаптированные к рекламным целям. Специфические рекламные методы: смена перспективы, случайный стимул, подмена продукта и др.

Маркетинговые, рекламные и медийные стратегии. Позиционирующие и оптимизирующие стратегии. Центральный и периферический пути убеждения. Преимущества стратегий рационалистического типа (родовая стратегия, стратегия преимущества, уникальное торговое предложение, стратегия позиционирования). Отличи-

тельные черты стратегий проекционного типа (стратегия «имидж марки», стратегия «резонанс», аффективная стратегия, ценностно-ориентированная стратегия).

7. Особенности аудитории и их использование при разработке рекламного и СО-продукта.

Сегментирование потребительской аудитории: географические, демографические, социально-экономические, психографические (психологические), поведенческие и др. критерии. Специфика обращения к мужской и женской, детской и пожилой аудитории. Особенности рекламной коммуникации, обращенной к высокодоходной аудитории. Жизненные стили потребителей.

8. Эффективное рекламное объявление. Разделы рекламного обращения.

Ключевые элементы рекламного обращения. Заголовочный комплекс (рубрика, основной заголовок, подзаголовки). Слоган (разновидности; маркетинговое и творческое наполнение). Содержание информационного блока (диапазон товаров и услуг; скидки и льготы; барьер перед нежелательным клиентом; «отстройка от конкурентов»; побуждение клиента к действию). Логотип.

9. Бренд и брендинг. Классификация брендов. Бренд-мимикрия. Трансформация формы и содержания бренда. Профессиональные обязанности бренд-менеджера. Бриф заказчика, фирменный стиль, бренд-бук.

Сущность, преимущества, недостатки и основные отличия западного и восточного подходов в брендинге. «Свободно стоящие бренды» и суббренды. Кобрендинг. Типы брендов. Сущность и виды бренд-мимикрии. Российская практика использования мимикрии в продвижении псевдозарубежных брендов. Ребрендинг. Репозиционирование. Рестайлинг и редизайн. Основные виды растяжения марки и расширение брендов. Преимущества и недостатки расширения и растяжения брендов. Должностные обязанности бренд-менеджера. Умения, навыки и личностные качества, которыми должен обладать бренд-менеджер. Основные элементы брифа для разработчиков торговой марки. Фирменный стиль как инструмент построения и продвижения брендов. Бренд-бук: понятие и сущность.

10. Рекламный персонаж. Коммуникативный потенциал, классификации, рекламного персонажа. Роль персонажа в сюжетной рекламе

Коммуникация между рекламным персонажем и потребителем. Коммуникативные функции рекламного персонажа: познавательно-просветительские и эмоционально-зрелищные. Классификация в зависимости от происхождения рекламного персонажа. Классификация в зависимости от генетической связи с существующими текстами. Прецедентный текст и прецедентный герой.

Классификация персонажей по характеру участия в рекламном сообщении. Классификация по степени участия в рекламной кампании. Классификация по степени причастности к рекламируемому товару. Классификация в зависимости от характера связей персонажа с названием рекламируемого товара. Классификации в зависимости от возраста, пола. Классификация в зависимости от социализации в пределах рекламного сообщения. Классификации в зависимости от степени попу-

лярности, от времени, которому принадлежат рекламные персонажи. Рекламный персонаж как элемент сюжетопостроения. Основы сюжетопостроения в литературе и кинематографе. Сюжетные схемы. Ролевое участие рекламных персонажей в сюжете.

11. Политическая реклама: история, и виды, субъект и объект, функции политической рекламы.

12. Понятие корпоративной культуры. Структура корпоративной культуры.

13. Мотивация и стимулирование в корпоративных связях с общественностью.

14. Сущность корпоративного тайм-менеджмента. Структура стандартов тайм-менеджмента.

15. Языковая игра в современной рекламной и PR-практике.

Понятия «языковая игра». Характерные свойства языковой игры. Виды языковой игры. Значение языковой игры в рекламной и PR-практике. Использование неологизмов в современной рекламной и PR-практике. Игры с сочетаемостью, многозначностью в современной рекламе и PR. Использование жаргона в современной рекламной и PR-практике. Морфологические, графические и фонетические игры в рекламном и PR-сообщении.

16. Понятие СО-кампании. Основные характеристики, цель и задачи.

Определение PR-кампании в трактовках отечественных и зарубежных исследователей. Основные характеристики PR-кампаний. Цель и задачи PR-кампании.

Практико-ориентированные задания

1. Анализ газетного или журнального рекламного объявления. Назвать разновидность рекламы. Перечислить основные разделы рекламного обращения. Рассмотреть отдельно визуальные и вербальные элементы рекламного обращения. Иллюстрации. Логотип. Заголовочный комплекс (рубрика, основной заголовок, подзаголовки). Слоган (вид слогана, маркетинговое и творческое решение). Рекламный персонаж, если есть (разновидность, функция).

Рассмотреть содержание информационного блока. Проанализировать использование в рекламном сообщении психологических, языковых и художественных приемов. Оценить внутреннюю форму рекламного сообщения: смысловое взаимодействие словесной и изобразительной информации. Дать оценку рекламной идеи. Критерии оценки рекламной идеи (вариативность, долгосрочность, уникальность, связь с брендом и глубина как главные критерии перспективной рекламной идеи).

2. Анализ полиграфической рекламы.

Назвать разновидность рекламы. Перечислить основные разделы рекламного обращения. Рассмотреть отдельно визуальные и вербальные элементы рекламного обращения. Иллюстрации. Логотип. Заголовочный комплекс (рубрика, основной заголовок, подзаголовки). Слоган (вид слогана; маркетинговое и творческое решение). Рекламный персонаж, если есть (разновидность, функция). Рассмотреть содержание информационного блока. Проанализировать использование в рекламном сообщении психологических, языковых и художественных приемов. Оценить внутреннюю форму рекламного сообщения: смысловое взаимодействие словесной и изобразительной информации. Дать оценку рекламной идеи. Критерии оценки рекламной идеи (вариативность, долгосрочность, уникальность, связь с брендом и глубина как главные критерии перспективной рекламной идеи).

Профиль «Функционирование телевидения и радиовещания».

1 Взаимодействие радио, телевидения, прессы и перспективы электронных СМИ.

Исторический опыт взаимодействия СМИ разных типологических групп. Формы взаимодействия трех типов СМИ: содержательная, организационно-техническая, экономическая.

Содержательное взаимодействие (обзор прессы в теле- и радиопередачах, телекритика в прессе, трансляция телесериалов по радио, одновременная трансляция футбольных и хоккейных матчей по радио и ТВ и т.д.). Распространении информации о деятельности одного типа СМИ через другой (программа телепередач). Взаимное цитирование.

Организационно-техническое взаимодействие (запись закадрового текста в радиостудии, использование звука телепрограмм радиожурналистами), возможности использования оборудования.

Экономическое взаимодействие (работа медиахолдингов).

Взаимодействие трех типов СМИ и на уровне работы информационных агентств. Взаимодействие прессы, радио и ТВ в сетевой среде. Организация работы конвергентного СМИ. Универсальный журналист.

2. Возникновение и развитие телевидения

История изобретения телевидения. Техничко-технологический период развития ТВ. Телевидение довоенного периода. Послевоенный период развития ТВ. ТВ периода перестройки. Появление новых форм телевидения.

Телевизионные дебаты, прямые трансляции в телеэфире 1990-х годов. Альтернативное ТВ. Рост числа вещательных и продюсерских телеорганизаций в России. Развитие ТВ рубежа веков. Тенденции перехода к цифровому вещанию. Понятие о мультимедиа. Сетевое телевидение.

3. Функции и специфические возможности ТВ

Специфические возможности ТВ. Вездесущность, simultанность, персонафицированность. Функции ТВ. Информационная функция. Культурно-просветительская функция. Интегративная функция. Социально-педагогическая

функция. Организаторская функция. Образовательная функция. Рекреативная функция.

4. История развития радиовещания

История отечественного радио. Первые опыты. Функции и жанрообразующие принципы радио. Изменения в техническом оснащении. Главные предпосылки развития жанров, тем и радиожурналистики вообще. Развитие новостных программ. От «Радиовестника РОСТА» до современных выпусков Новые жанры, технические предпосылки, изобразительно-выразительные средства радио в годы ВОВ. Как влияют на развитие СМИ государственные нормы. Цензура и творчество. Воспитательная роль радио. Главные аспекты развития радио в эпоху «социального застоя». Темы, жанры. Музыкальные и литературно-художественные программы. Радиотеатр, художественное чтение, радиокomпозиции. Предпосылки появления принципиально новых программ и станций. Отечественное радиовещание в условиях рынка. Появление FM – станций. Новые формы и содержание. Современные тенденции радио – глобализация, коммерциализация и т.п. Жизнь региональных станций. История Интернет станций, примеры, анализ, «плюсы» и «минусы», тенденции развития.

5. Функции и специфические возможности радио

Сверхоперативность. Общедоступность. Необязательность абсолютного внимания. Наибольший простор для воображения. Живое общение со слушателем. Эмоциональность, лиричность. Диалогизация как драматургический элемент. Природные «звуковые декорации».

Технические способы «звуковых декораций». Варианты музыкального оформления. Звук как иллюстрация. Отсутствие звукооряда. Музыка как контрапункт, Совпадение. Наплыв. Предварение. Продление. Обобщение. Разделение. Джинглы. «Голосовой грим». Реверберация.

6. Специфика работы в радиозэфире

Журналист должен определиться с темой и жанром программы, форматом радиостанции. Исходя из этих требований, он и должен строить свою работу. Этапы:

- поиск информации по заданной теме, источники могут разными;
- поиск гостей, это должны быть люди квалифицированные и хорошо говорящие. Перед эфиром необходимо с ними побеседовать;
- сценарий (вопросы, цифры, даты, цитаты и т.п.);
- подготовка звуковых фрагментов (песни, пленки, реклама и т.п.). На этом этапе важно согласовать свои действия со звукорежиссером.
- обязательно заранее отчитать сценарий, поставить ударения в сложных словах, проверить имена героев и т.п.;

7. Специфика работы в телеэфире

Специализации и амплуа тележурналистов. Особенности работы корреспондента, репортера, сценариста, режиссера, ведущего, модератора, оператора, монтажера.

8. Система радиожанров

Жанр – исторически складывающийся тип произведений (искусства, литературы, журналистики), в котором обобщены черты, свойственные более или менее обширной группе произведений. Признаки, по которым различаются жанры следующие:

- Характер объекта: непосредственное событие легло в основу сообщения или отражённое;
- Масштаб охвата действительности и соответственно масштаб выводов и обобщений;
- Конкретное назначение материала (творческая задача);
- В последнее время исследователями всё чаще подчёркивается роль функции журналистики, как основного элемента жанрообразования;
- Характер литературно-стилистических средств.

В жанрообразовании на радио активно участвуют и его собственные специфические выразительные средства: живое человеческое слово, шум, музыка, монтаж.

9. Типология радиовещания, основные типологические признаки радиопрограмм

Выпуск новостей, радиожурнал, микрофонная папка, авторская программа, ведущий, рубрика, целевая аудитория, прямой эфир, редактирование, программирование

10. Роль монтажа в подготовке теле и радиопрограмм

Виды монтажа. Монтаж радио программы. Монтаж программы на ТВ. Современные тенденции теле и аудиомонтажа.

11. Система телевизионных жанров

Виды репортажа, специфика работы над каждым из них, структура репортажа. Работа корреспондента на выезде.

Виды комментариев. Ведущие российские телекомментаторы.

Цели и задачи беседы. Композиция и состав участников в беседе. Дискуссия как разновидность беседы.

Виды обозрения. Обозрение на российском телевидении. Ведущие российские телеобозреватели.

Жанровые признаки телекорреспонденции. Корреспонденция на российском телевидении

12. Натуральные и технические выразительные средства радио и телевидения.

Живое человеческое слово как основа программ. Лиричность радиовыступлений. Шумы как звуковые декорации и звуковая перспектива. Принципы звукового оформления программ. Функции звукового фона. Изменение скорости звука, или голосовой грим. Эффект эхо – реверберация. Роль реверберации в звуковом оформлении программ. Радиомонтаж: технический, композиционный, художественный.

13. Амплуа теле- и радиожурналиста

Ведущий и редактор выпуска «новостей». Интервьюер. Модератор. Репортер. Комментатор. Обозреватель. Шоумен. Очеркист.

14. Развитие зарубежного телевидения в XX – начале XXI века

Превращение телевидения в доминирующее средство массовой коммуникации. Спутниковое телевидение в зарубежных странах. Кабельное телевидение в зарубежных странах. Цифровое и сотовое телевидение.

15. Работа оператора: функции и задачи оператора на съемочной площадке.

Роль оператора в истории развития телевидения. Оператор и съемочная группа: принципы взаимодействия с журналистом, режиссером, техническим персоналом. Функции оператора в период съемки. Подготовка к съемке. Сложные моменты съемочного процесса.

16. Изучение эффективности программ

Изучение аудитории: анкетирование, опросы, дневники. Измерение аудитории. Составление рейтингов.

Практико-ориентированные задания

1. Анализ работы телеканала/телепрограммы (по выбору)

Ответ на вопрос предполагает аналитический подход. Желателен акцент на журналистскую составляющую деятельности телеканала. В выборе телевизионной программы также стоит уделить внимание журналистскому сектору экранной продукции.

План анализа работы телеканала:

1. Основные данные о телеканале (название, формат вещания, форма собственности, руководители канала, штат телеканала, общая характеристика контента);
2. Обоснование причины выбора телеканала/телепрограммы;
3. История телеканала (дата появления, основные этапы развития, направления трансформации);

4. Наиболее интересные телевизионные проекты телеканала (названия и краткая история нескольких проектов в новостном, аналитическом и документально-художественном секторе вещания);

5. Ведущие журналисты телеканала, краткая характеристика их работы;

6. Наиболее яркие достоинства и недостатки телеканала, возможности повышения интереса к телеканалу.

План анализа телепрограммы:

1. Основные данные о телепрограмме (название, периодичность, хронометраж, история появления);

2. Тип телепередачи, формат;

3. Тип телепроекта;

4. Жанровое наполнение;

5. Общая тематика и проблематика выпусков;

6. Основные структурные элементы;

7. Коллектив телепрограммы;

8. Используемые выразительные средства;

9. Роль автора, ведущего, модератора и т.п. (в зависимости от амплуа);

10. Анализ одного из выпусков передачи (дата выхода в эфир, тематика и проблематика выпуска, участники выпуска, композиция, основные выразительные средства);

11. Сравнение анализируемой телепрограммы и аналогичных ей по формату передач;

12. Достоинства и недостатки анализируемой программы.

2. Анализ творчества теле- или радиожурналиста (по выбору)

Ответ на вопрос предполагает аналитический подход. Личность журналиста должна обладать несомненными профессиональными достоинствами, формальными показателями которых могут служить стаж работы в аудиовизуальных СМИ, наличие авторского стиля. Предполагается, что в качестве объекта анализа будет выбран журналист, у которого можно заимствовать профессиональные приемы и методы работы.

1. ФИО журналиста;

2. Творческая биография;

3. Амплуа журналиста;

4. Участие в телевизионных/радиопроектах;

5. Анализ наиболее значимых работ в области радио и ТВ;

6. Ведущие темы, разрабатываемые журналистом;

7. Особенности авторского почерка;

8. Особенности коммуникативной личности тележурналиста, ключевые имиджевые параметры;

9. Наиболее значимые достижения в области теле- радиожурналистики;

10. Какие формы, методы и приемы работы журналиста вы могли бы позаимствовать в будущей профессиональной деятельности.

5.3 Требования по разработке и формированию ФОС (с примерами типовых материалов).

ФОС разрабатываются с привлечением кафедр, обеспечивающих преподавание дисциплин, содержание которых отражено в программе государственного экзамена. Разработку координирует куратор ОП по направлению подготовки 42.04.02 Журналистика (магистратура).

В каждый КИМ включаются два вопроса: первый – из первого блока, второй – из второго блока. Образец контрольно-измерительного материала приведен в Приложении Е.

5.4 Критерии готовности выпускников к профессиональной деятельности

- уровень освоения теоретического материала по программе государственного экзамена;
- способность применять освоенный теоретический материал к анализу деятельности современных коммуникационных агентств, организаций, органов государственной власти, СМИ;
- способность ставить и решать профессиональные задачи по взаимодействию с целевыми аудиториями, СМИ, участвовать в создании и продвижении коммуникационного проекта;
- уровень знаний, умений, навыков, а также практического опыта решения профессиональных задач в достаточном для начала самостоятельной профессиональной деятельности объеме.

1. Уровень освоения теоретического материала по программе государственного экзамена:

- «5» очень высокий (материал освоен в необходимом объеме, осознан глубоко и верно)
- «4» высокий (материал освоен в необходимом объеме, осознан в основном глубоко и верно)
- «3» средний (материал освоен недостаточно полно, осознан недостаточно глубоко и не всегда верно)
- «2» низкий (материал освоен в явно недостаточном объеме, осознан слабо и во многом неверно)

2. Способность применять освоенный теоретический материал к анализу практики современных СМИ:

- «5» очень высокая (выпускник имеет широкое, глубокое и верное представление об актуальном состоянии СМИ, что позволяет ему приводить репрезентативные примеры и обоснованно их анализировать)
- «4» высокая (выпускник имеет достаточно широкое, глубокое и верное представление об актуальном состоянии СМИ, что позволяет ему приводить репрезентативные примеры и анализировать их, не допуская существенных ошибок)
- «3» средняя (выпускник имеет недостаточно широкое и глубокое, но в основном верное представление об актуальном состоянии СМИ, что позволяет ему приводить по большей части репрезентативные примеры, анализ которых не всегда обоснован)

- «2» низкая (выпускник имеет явно недостаточное представление об актуальном состоянии СМИ, что не позволяет ему приводить репрезентативные примеры и анализировать их, не допуская существенных ошибок)
3. Уровень осмысления собственного опыта решения профессиональных задач в достаточном для начала самостоятельной практической деятельности объеме:
- «5» очень высокий (ответы на вопросы государственного экзамена показывают, что выпускник полностью готов к началу профессиональной деятельности)
- «4» высокий (ответы на вопросы государственного экзамена показывают, что выпускник готов к началу профессиональной деятельности, но в его подготовке присутствуют немногочисленные и несущественные недостатки)
- «3» средний (ответы на вопросы государственного экзамена показывают, что выпускник готов к началу профессиональной деятельности, но в его подготовке присутствуют существенные, хотя и немногочисленные недостатки)
- «2» низкий (ответы на вопросы государственного экзамена показывают, что выпускник недостаточно готов к началу профессиональной деятельности, в его подготовке присутствуют существенные и многочисленные недостатки)
4. Способность последовательно организовать изложение материала, вести дискуссию на профессиональные темы, адекватно использовать речевые средства:
- «5» очень высокая (выпускник логично выстраивает ответ на вопросы КИМ, оперативно и аргументированно отвечает на дополнительные вопросы, демонстрирует свободное владение научным и публицистическим стилями речи)
- «4» высокая (выпускник в целом логично выстраивает ответ на вопросы КИМ, отвечает на дополнительные вопросы без длительных пауз и достаточно аргументированно, демонстрирует хорошее владение научным и публицистическим стилями речи)
- «3» средняя (выпускник не вполне логично выстраивает ответ на вопросы КИМ, испытывает затруднения в подборе аргументов при ответе на дополнительные вопросы, демонстрирует неполное владение научным и публицистическим стилями речи)
- «2» выпускник допускает явные логические нарушения при ответе на вопросы КИМ, не способен аргументировать ответы на дополнительные вопросы, демонстрирует слабое владение научным и публицистическим стилями речи)

Оценка «отлично» выставляется, если ответ на ГЭ полностью соответствует приведенному списку критериев и при этом уровень соответствия характеризуется как высокий. Оценка «хорошо» выставляется, если ответ демонстрирует высокий уровень соответствия большинству из указанных критериев и не содержит существенных нарушений какого-либо критерия из списка. В случае если критерии в целом соблюдены, однако допущены нарушения некоторых из них, в том числе существенные, выставляется оценка «удовлетворительно». Существенные нарушения при этом допускаются в единичном количестве. Если ответ содержит нарушения значительного количества критериев, ряд из которых характеризуются как существенные, может быть выставлена оценка «неудовлетворительно».

5.5 Организация и проведение государственного экзамена:

- форма проведения – устный ответ на закрытом заседании ГЭК;

- продолжительность: подготовка – не менее 15 минут на каждый вопрос, ответ – до 15 минут на каждый вопрос;
- из вспомогательных материалов на экзамене допускается использование только перечня вопросов с краткой характеристикой их содержания (см. раздел 5.2 настоящего стандарта), предоставляемого государственной экзаменационной комиссией; образец оценочного листа для членов ГЭК приведен в Приложении М.

6 Выпускная квалификационная работа

6.1 Тематика ВКР, предлагаемая выпускникам

Тематика зависит от характера ВКР. По направлению подготовки 42.04.02 Журналистика выпускник совместно с научным руководителем может выбрать ВКР прикладного либо исследовательского характера. В первом случае работа должна быть выполнена на материале собственной профессиональной деятельности выпускника, во втором – на материале деятельности конкретных средств массовой информации и / или иных субъектов коммуникационной деятельности (агентств, пресс-служб, отделов маркетинга и развития и т.п.). Тема ВКР отражает актуальную научную и / или прикладную проблему. Структура ВКР творческого характера (проект) в целом подобна структуре ВКР исследовательского характера, но имеет некоторые особенности. В связи с тем, что автор демонстрирует и анализирует собственный опыт работы над коммуникационным проектом, ценный сам по себе, обязательный объем текста ВКР без учета представленных выпускником результатов практической деятельности составляет 60-70 страниц с оригинальными приложениями. Основная часть работы включает обоснование концепции проекта, а также результаты его реализации.

Выпускникам предлагаются разнообразные темы ВКР, при этом преимущественно связанные с материалами СМИ. Предлагаются примерные темы, которые могут корректироваться выпускником по согласованию с научным руководителем и выпускающей кафедрой. Выпускник может предложить собственную тему. Тема ВКР должна отражать актуальную научную и/или прикладную проблему. Тема должна формулироваться в рамках профиля обучения студента «СМИ и Интернет», «Реклама и публик рилейшнз» или «Функционирование телевидения и радиовещания».

Форма задания на выполнение выпускной квалификационной работы приведена в Приложении Ж.

6.2 Структура ВКР

Структура ВКР исследовательского характера соответствует стандартной структуре научно-исследовательской работы. Текст ВКР включает введение, основную часть, заключение, список литературы и приложения. Во введении обосновываются актуальность выбранной темы, цель и задачи ВКР, объект и предмет исследования, методы и приемы анализа фактического материала, степень разработанности темы, теоретическая и эмпирическая база исследования, структура работы, выдвигаются гипотеза исследования и/или положения, выносимые на защиту. В основной части излагается ход 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

– 70-90 стандартных страниц печатного текста. Приложения не учитываются при определении объема.

Структура ВКР профессионально-творческого характера (проект) в целом подобна структуре ВКР исследовательского характера, но имеет некоторые особенности. В связи с тем, что автор демонстрирует и анализирует собственный опыт работы, ценный сам по себе, обязательный объем текста ВКР без учета представленных выпускником результатов практической деятельности составляет 60-70 стандартных страниц печатного текста. Основная часть работы включает не только краткое описание теоретических основ выбранной автором темы (концепцию проекта), но и в первую очередь анализ представленных образцов практической деятельности выпускника в сфере рекламы и / или связей с общественностью.

6.3 Критерии оценки ВКР

- актуальность темы ВКР и соответствие содержания ВКР теме;
- уровень проведения теоретического исследования (количество изученных источников, глубина освоения их содержания, степень самостоятельности в теоретической разработке выбранной темы);
- уровень проведения эмпирического исследования (отбор и качество анализа эмпирического материала по теме, в том числе собственного профессионального опыта для творческой ВКР);
- обоснованность структуры ВКР;
- качество оформления текста ВКР;
- качество защиты ВКР.

1. Актуальность темы ВКР и соответствие содержания ВКР теме:

- «5» тема актуальна, содержание полностью соответствует теме
- «4» тема актуальна, содержание в основном соответствует теме
- «3» тема достаточно актуальна, содержание не полностью соответствует теме
- «2» тема недостаточно актуальна, содержание слабо соответствует или не соответствует теме

2. Уровень проведения теоретического исследования:

- «5» очень высокий (изучены все необходимые источники, их содержание освоено глубоко и верно, продемонстрирована высокая степень самостоятельности в теоретической разработке выбранной темы)
- «4» высокий (изучено достаточное количество источников, их содержание освоено в основном глубоко и верно, продемонстрирована достаточная степень самостоятельности в теоретической разработке выбранной темы)
- «3» средний (изучено достаточное количество источников, их содержание освоено в основном верно, но не глубоко, продемонстрирована низкая степень самостоятельности в теоретической разработке выбранной темы)
- «2» низкий (изучено недостаточное количество источников, их содержание освоено в основном не глубоко и не верно, самостоятельность в теоретической разработке выбранной темы отсутствует)

3. Уровень проведения эмпирического исследования:

- «5» очень высокий (методика и уровень проведения исследования полностью соответствуют его целям и задачам, количественные и качественные показатели определены адекватно и точно, отбор материала обоснован)
- «4» высокий (методика и уровень проведения исследования в целом соответствуют его целям и задачам, количественные и качественные показатели

- определены в основном адекватно, отбор материала обоснован)
средний (методика и уровень проведения исследования не полностью соответствуют его целям и задачам, эмпирическое исследование проведено с нарушением отдельных процедур, отбор материала недостаточно обоснован)
«3»
низкий (методика и уровень проведения исследования не соответствуют его целям и задачам, эмпирическое исследование отсутствует либо неадекватно)
«2»
4. Обоснованность структуры ВКР:
- «5» очень высокая (структура полностью адекватна целям и задачам работы, характеризуется логической стройностью и последовательностью)
«4» высокая (структура в основном адекватна целям и задачам работы, присутствуют незначительные нарушения логической стройности и последовательности)
«3» средняя (структура не полностью адекватна целям и задачам работы, присутствуют значительные, но не многочисленные нарушения логической стройности и последовательности)
«2» низкая (структура мало адекватна или не адекватна целям и задачам работы, присутствуют значительные и многочисленные нарушения логической стройности и последовательности)
5. Качество оформления текста ВКР:
- «5» очень высокое (работа оформлена в полном соответствии с ГОСТом или имеется не более трех незначительных отклонений от ГОСТа)
«4» высокое (имеется не более двух нарушений ГОСТа и трех отклонений)
«3» среднее (имеется не более трех нарушений ГОСТа)
«2» низкое (имеются грубые нарушения ГОСТа)
6. Качество защиты ВКР:
- «5» ясное, четкое изложение содержания, отсутствие противоречивой информации, демонстрация знания своей работы, умения отвечать на вопросы и квалифицированно вести дискуссию по теме
«4» четкое изложение содержания, излишне краткое изложение выводов, отсутствие противоречивой информации, демонстрация знания своей работы и умения отвечать на вопросы
«3» пространное изложение содержания, фрагментарный доклад с очень краткими или отсутствующими выводами, путаница в научных понятиях, отсутствие ответов на ряд вопросов
«2» пространное изложение содержания, фрагментарный доклад, в котором отсутствуют выводы, путаница в научных понятиях, отсутствие ответов на ряд вопросов, демонстрация отсутствия знания своей работы

Оценка «отлично» выставляется, если представленная к защите ВКР полностью соответствует приведенному списку критериев и при этом уровень соответствия характеризуется как высокий. Оценка «хорошо» выставляется, если ВКР демонстрирует высокий уровень соответствия большинству из указанных критериев и не содержит существенных нарушений какого-либо критерия из списка. В случае если критерии в целом соблюдены, однако допущены нарушения некоторых из них, в том числе существенные, выставляется оценка «удовлетворительно». Существенные нарушения при этом допускаются в единичном количестве. Если ВКР содержит нарушения значительного количества критериев, ряд из которых характеризуются как существенные, может быть выставлена оценка «неудовлетворительно».

6.4 Рекомендации по проведению защиты ВКР

- защита ВКР проводится публично на открытом заседании ГЭК;
- ВКР должна быть допущена к защите научным руководителем и кафедрой, на которой она выполнена, соответствующие визы руководителя и заведующего кафедрой размещаются на титульной листе работы (форма титульного листа ВКР приведена в Приложении 3);
- к каждой работе прилагаются отзыв научного руководителя (формы отзыва на выпускную квалификационную работу приведена в Приложении Н);
- в ходе одного заседания ГЭК защищать ВКР могут не более 10 выпускников;
- аудитория, в которой проходят защиты, должна иметь техническое оснащение, необходимое для мультимедийных презентаций и демонстраций практических работ выпускников;
- использование мультимедийных презентаций рекомендуется, но не является обязательным;

образец оценочного листа ВКР для членов ГЭК приведен в Приложении К.

**Приложение А
(обязательное)
Форма протокола заседания ГЭК**

ПРОТОКОЛ № 1 от __.__.20__

заседания государственной экзаменационной комиссии (далее - ГЭК)
о назначении заместителя председателя ГЭК
и секретаря

ПРИСУТСТВОВАЛИ:

Председатель ГЭК _____
И.О.Фамилия, ученая степень, ученое звание, должность, место работы

Члены ГЭК _____
И.О.Фамилия, ученая степень, ученое звание, должность

1. СЛУШАЛИ: о назначении заместителя председателя ГЭК

ВЫСТУПИЛ: председатель ГЭК

И.О.Фамилия, ученая степень, ученое звание, должность, место работы

ПОСТАНОВИЛИ: назначить заместителем председателя ГЭК

И.О.Фамилия, ученая степень, ученое звание, должность, место работы

2. СЛУШАЛИ: о назначении секретаря ГЭК

ВЫСТУПИЛ: председатель ГЭК

И.О.Фамилия, ученая степень, ученое звание, должность, место работы

ПОСТАНОВИЛИ: назначить секретарем ГЭК

И.О.Фамилия, должность, место работы

Председатель ГЭК

Подпись

Расшифровка подписи

Секретарь ГЭК

Подпись

Расшифровка подписи

**Приложение Б
(обязательное)**

**Форма приложения к протоколу заседания ГЭК
о проведении государственного экзамена**

Приложение к протоколу ГЭК № ____
от __. __. 20__

О ПРОВЕДЕНИИ ГОСУДАРСТВЕННОГО ЭКЗАМЕНА

по направлению подготовки 42.04.02 Журналистика (магистратура)
профиль подготовки _____

Экзаменуется обучающийся _____
фамилия, имя и отчество

Вопросы:

1. _____

2. _____

Общая характеристика ответа обучающегося на заданные ему вопросы:

Признать, что обучающийся _____
фамилия, имя, отчество
сдал государственный экзамен с оценкой _____

Отметить, что _____

Председатель ГЭК

Подпись

Расшифровка подписи

Члены ГЭК

Подпись

Расшифровка подписи

Секретарь ГЭК

Подпись

Расшифровка подписи

**Приложение В
(обязательное)
Форма приложения к протоколу заседания ГЭК по защите ВКР**

Приложение к протоколу ГЭК № ____
от _____.20__

ПО ЗАЩИТЕ ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЫ

на тему: _____

обучающегося _____
фамилия, имя, отчество

Работа выполнена под руководством _____
при консультации _____

В государственную экзаменационную комиссию (ГЭК) представлены следующие материалы:

Текст ВКР на _____ страницах.

Отзыв руководителя ВКР.

После сообщения о выполненной ВКР обучающемуся были заданы следующие вопросы:

1. _____

формулировка вопроса, фамилия лица, задавшего вопрос

2. _____

формулировка вопроса, фамилия лица, задавшего вопрос

Общая характеристика ответа обучающегося на заданные ему вопросы и рецензию

Признать, что обучающийся _____
фамилия, имя, отчество
выполнил и защитил ВКР с оценкой _____

Отметить, что (мнения членов ГЭК об уровне подготовленности обучающегося к решению профессиональных задач, а также о недостатках в теоретической и практической подготовке обучающегося)

Председатель ГЭК

Подпись

Расшифровка подписи

Заместитель председателя ГЭК

Подпись

Расшифровка подписи

Члены ГЭК

Подпись

Расшифровка подписи

Секретарь ГЭК

Подпись

Расшифровка подписи

**Приложение Г
(обязательное)
Форма приложения к протоколу заседания ГЭК
о присвоении квалификации выпускникам**

Приложение к протоколу ГЭК № ____
от _____.20__

О ПРИСВОЕНИИ КВАЛИФИКАЦИИ ОБУЧАЮЩИМСЯ

Постановили:

Обучающихся _____ курса _____ факультета журналистики
форма обучения _____, полностью выполнивших учебный план, сдавших
государственный экзамен по _____

наименование

и защитивших ВКР по направлению подготовки / специальности

код, наименование направления подготовки/специальности

в 20__ году, считать окончившими Воронежский государственный университет с
присвоением квалификации _____

и выдать: _____ дипломы с отличием

дипломы

Председатель ГЭК

Подпись

Расшифровка подписи

Заместитель председателя ГЭК

Подпись

Расшифровка подписи

Члены ГЭК

Подпись

Расшифровка подписи

Секретарь ГЭК

Подпись

Расшифровка подписи

**Приложение Д
(обязательное)
Форма протокола заседания апелляционной комиссии**

ПРОТОКОЛ №__ от __.__.20__
заседания апелляционной комиссии

ПРИСУТСТВОВАЛИ:

Председатель _____
И.О.Фамилия, должность, ученая степень, ученое звание

Члены комиссии _____
И.О.Фамилия, должность, ученая степень, ученое звание

СЛУШАЛИ: апелляционное заявление _____
Ф.И.О.обучающегося, краткое содержание заявления

ПОСТАНОВИЛИ: _____
решение по данному вопросу

Приложения:

1 _____

2 _____

3. _____

4. _____

Председатель _____
Подпись _____ *Расшифровка подписи*

Члены комиссии _____
Подпись _____ *Расшифровка подписи*

_____ *Подпись* _____ *Расшифровка подписи*

_____ *Подпись* _____ *Расшифровка подписи*

_____ *Подпись* _____ *Расшифровка подписи*

Секретарь комиссии _____
Подпись _____ *Расшифровка подписи*

**Приложение Е
(обязательное)**

Форма контрольно-измерительного материала

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

УТВЕРЖДАЮ
председатель ГЭК

подпись, расшифровка подписи
__._.20__

Направление подготовки 42.04.02 Журналистика
Профиль подготовки СМИ и Интернет
Государственный экзамен

Контрольно-измерительный материал №5

1. Масс-медиа и медиаобразование.
2. Профессиональная этика журналиста в интернете.

Зам. председателя ГЭК _____
Подпись

расшифровка подписи

**Приложение Ж
(обязательное)
Форма задания на выполнение выпускной квалификационной работы**

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

Факультет журналистики

Кафедра _____

УТВЕРЖДАЮ
заведующий кафедрой
рекламы и дизайна
В.В. Тулупов
__ . __ . 20__

**ЗАДАНИЕ
НА ВЫПОЛНЕНИЕ ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЫ
ОБУЧАЮЩЕГОСЯ _____
*фамилия, имя, отчество***

1. Тема работы _____, утверждена решением ученого совета _____ факультета от __ . __ . 20__
2. Направление подготовки / специальность _____
код, наименование
3. Срок сдачи законченной работы __ . __ 20__
4. Календарный план: (строится в соответствии со структурой ВКР)

№	Структура ВКР	Сроки выполнения	Примечание

Обучающийся _____ *Подпись* _____ *расшифровка подписи*

Руководитель _____ *Подпись* _____ *расшифровка подписи*

Заведующий кафедрой рекламы и дизайна _____ В.В. Тулупов __ . __ . 20__

**Приложение 3
(обязательное)
Форма титульного листа выпускной квалификационной работы**

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

Факультет журналистики

Кафедра _____

Выпускная квалификационная работа

<Тема>

Направление 42.04.02 Журналистика

Профиль _____

Допущено к защите в ГЭК __.__.20__

Зав. кафедрой <подпись> <расшифровка>

Обучающийся <подпись><расшифровка>

Руководитель <подпись> <расшифровка>

Рецензент <подпись> <расшифровка>

Воронеж, 20__

**Приложение И
(обязательное)**

Форма рецензии на выпускную квалификационную работу

РЕЦЕНЗИЯ

на ВКР < магистерскую диссертацию <фамилия, имя, отчество обучающегося>, обучающегося по направлению подготовки / специальности <шифр, наименование направления подготовки / специальности > на факультете <название факультета> Воронежского государственного университета на тему

« _____ »

В рецензии должны быть отражены:

1. Общая характеристика темы, ее актуальность и значение.
2. Глубина раскрытия темы.
3. Характеристика использованных материалов и источников (литература, данные предприятий, статистические данные), объем, новизна.
4. Научное и практическое значение выводов ВКР, возможность их внедрения и использования.
5. Качество литературного изложения, стиль, логика.
6. Замечания (если таковые имеются).
7. Качество оформления работы (в том числе, библиографии, рисунков, таблиц).
8. Общая оценка ВКР по шкале: «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно»

Рецензент _____ должность, ученая степень, ученое звание

подпись, расшифровка подписи

____.____.20__

Примечание 1. Для рецензентов сторонних организаций необходимо заверить подпись рецензента по основному месту работы.

**Приложение К
(обязательное)
Образец оценочного листа выпускной квалификационной работы**

ОЦЕНОЧНЫЙ ЛИСТ

Направление подготовки / специальность _____
код, наименование

Номер ГЭК _____

№	ФИО обучающегося	оценка руководителя	Оценка рецензента	оценка ГЭК

Председатель ГЭК _____ ._.20
Подпись *Расшифровка подписи*

Секретарь ГЭК _____ ._.20
Подпись *Расшифровка подписи*

**Приложение Л
(обязательное)
Заявление о предоставлении специальных условий
при проведении государственной итоговой аттестации**

Ректору ФГБОУ ВО «ВГУ»
профессору Ендовицкому Д.А.

ФИО обучающегося
обучающегося ____ курса ____ группы
факультета журналистики
направление 42.04.02 Журналистика _____
_____ формы обучения
Тел.: _____

заявление

В связи с тем, что я _____ являюсь инвалидом ____ группы/
лицом с ограниченными возможностями здоровья, прошу предоставить мне при про-
хождении текущей аттестации по дисциплине _____ следую-
щие специальные условия в соответствии с _____:
программой реабилитации инвалида

1. _____
2. _____
3. _____

Приложение: копия программы реабилитации инвалида на ____ листах.

____.____.20__ г.

подпись

**Приложение М
(дополнительное)**

Образец оценочного листа государственного экзамена
ОЦЕНОЧНЫЙ ЛИСТ ПО ГОСУДАРСТВЕННОМУ ЭКЗАМЕНУ

Направление подготовки / специальность _____
шифр, наименование

Номер ГЭК _____

№	ФИО обучающегося	оценка за вопрос №1	оценка за вопрос №2	итоговая оценка

Председатель ГЭК _____ .___.20__
Подпись расшифровка подписи

Секретарь ГЭК _____ .___.20__
Подпись расшифровка подписи

**Приложение Н
(дополнительное)**

Форма отзыва о выпускной квалификационной работе

ОТЗЫВ

научного руководителя о ВКР

<фамилия, имя, отчество обучающегося>, обучающегося по направлению подготовки 42.04.02 Журналистика на факультете журналистики Воронежского государственного университета на тему

« _____ »

В ОТЗЫВЕ руководителя должны быть отражены:

1. Общая характеристика научно-исследовательской деятельности студента в ходе выполнения ВКР.
2. Профессиональные качества, проявленные студентом в ходе работы.
3. Умение определить (выявить) актуальность темы.
4. Умение полно раскрыть тему работы в ее содержании.
5. Уровень владения исследовательскими умениями (навыками математической обработки данных, анализа и интерпретации результатов исследования, формулирования выводов, рекомендаций и др.).
6. Степень самостоятельности студента при выполнении выпускного исследования.
7. Недостатки в исследовательской деятельности студента в период выполнения ВКР.
8. Рекомендации по дальнейшему использованию результатов работы: их опубликование, возможное внедрение в образовательный / производственный процесс и т.д.
9. Рекомендуемая оценка по шкале: «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

Руководитель _____ *должность, ученая степень, ученое звание*

подпись, расшифровка подписи

____.____.20__

УДК 378.1:006

Ключевые слова: стандарт университета, государственная итоговая аттестация, государственный экзамен, выпускная квалификационная работа, основная образовательная программа, направление подготовки, магистр.

РЕКТОР



Д.А. Ендовицкий

ОТВЕТСТВЕННЫЙ ИСПОЛНИТЕЛЬ



В.В. Тулупов

ЛИСТ СОГЛАСОВАНИЙ

Система менеджмента качества
ГОСУДАРСТВЕННАЯ ИТОГОВАЯ АТТЕСТАЦИЯ
Структура и содержание государственных
аттестационных испытаний по направлению подготовки
42.04.02 Журналистика

Профиль «СМИ и Интернет». Профиль «Реклама и публичных отношений». Профиль
«Функционирование телевидения и радио»
магистратура

Ответственный исполнитель –
декан факультета журналистики

В.В. Тулупов

24.11.2017

СОГЛАСОВАНО

Первый проректор –
проректор по учебной работе

Е. Е. Чупандина

24.11.2017

Начальник УМУ

Л. И. Колесникова

24.11.2017

Ведущий специалист ОпРОЛ

Л.А. Кунаиковская

24.11.2017

Куратор ООП

А.А. Давтян

24.11.2017

Заведующий кафедрой

Ю.А. Гордеев

24.11.2017

УТВЕРЖДЕН приказом ректора от 30.11.20 № 0967

РЕКОМЕНДОВАН решением Ученого совета факультета журналистики от
06.09.2016 г. Протокол № 7.

Внесено в базу данных «Нормативные документы»