

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

Декан факультета журналистики

Тулупов В.В.

26.06.2020 г.

**ПРОГРАММА
ГОСУДАРСТВЕННОЙ ИТОГОВОЙ АТТЕСТАЦИИ**

1. Код и наименование направления подготовки: **42.03.05**
Медиакоммуникации
2. Профиль подготовки: **Работа с контентом в массмедиа**
3. Квалификация выпускника: **бакалавр**
4. Форма(ы) обучения: **очная**
5. Утверждена Ученым советом факультета журналистики (протокол № 6 от 26.06.2020 г.)
6. Учебный год: 2024-2025

7. Цель государственной итоговой аттестации: определение соответствия результатов освоения обучающимися основной адаптированной образовательной программы 42.03.05 Медиакоммуникации соответствующим требованиям ФГОС по направлению подготовки 42.03.05 Медиакоммуникации, утвержденный приказом Минобрнауки от 08.06.2017 № 527.

8. Место государственной итоговой аттестации в структуре ООП: 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):

Код	Название
УК-1.1	Анализирует проблемную ситуацию как систему, выявляя ее составляющие и связи между ними
УК-1.2	Используя логико-методологический инструментарий, критически оценивает надежность источников информации, современных концепций философского и социального характера в своей предметной области
УК-6.5	Использует инструменты и методы управления временем при выполнении конкретных задач, проектов, при достижении поставленных целей
ОПК-1.1	Выявляет отличительные особенности медиапроекты, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ
ОПК-1.2	Осуществляет подготовку медиапроектов и (или) медиапродуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем
ОПК-2.1	Знает систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития
ОПК-2.2	Соблюдает принцип объективности в создаваемых медиапроектах и (или) медиапродуктах при освещении деятельности общественных и государственных институтов
ОПК-3.1	Демонстрирует кругозор в сфере отечественного и мирового культурного процесса
ОПК-3.2	Применяет средства художественной выразительности в создаваемых

	медиапроектах и (или) медиапродуктах
ОПК-4.1	Соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп
ОПК-4.2	Учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании медиапроектах и (или) медиапродуктов
ОПК-5.1	Знает совокупность политических, экономических факторов, региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях
ОПК-5.2	Осуществляет свои профессиональные действия с учетом механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы
ОПК-6.1	Отбирает для осуществления профессиональной деятельности необходимое техническое оборудование и программное обеспечение
ОПК-6.2	ОПК-6.2. Эксплуатирует современные стационарные и мобильные цифровые устройства на всех этапах создания медиапроекта и (или) медиапродукта
ОПК-7.1	Знает цеховые принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности
ПКВо-7.2	Осуществляет поиск корректных творческих приемов при сборе, обработке и распространении информации в соответствии с общепринятыми стандартами и законами в области средств массовой информации
ПКВо-1.1	Знает основы структурирования медиаорганизаций и принципы взаимодействия медиаорганизаций с внешней средой
ПКВо-1.2	Умеет координировать работу технических, управленческих, творческих подразделений медиаорганизаций
ПКВо-1.3	Владеет навыками выстраивания взаимодействия медиаорганизации с внешней средой
ПКВо-2.1	Знает основы проектной деятельности по созданию концепций медиапроектов

ПКВо-2.2	Умеет создавать концепции медиапроектов
ПКВо-2.3	Владеет навыками реализации концепции медиапроектов
ПКВ-1.1	Приводит медиатекст и(или) медиапродукт разных видов в соответствие с языковыми нормами
ПКВ-2.3	Отбирает релевантную информацию из доступных источников
ПКВ-2.4	Использует соответствующие технические средства для создания, обработки, компоновки и распространение (размещения) информации для дальнейшего доведения её до аудитории

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 нескольким дисциплинам 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) (Приложение В1).

- ответственными за разработку КИМов являются куратор ООП, научнопедагогические работники кафедр факультета. Утверждает КИМы председатель ГЭК. Комплекты использованных КИМов хранятся в деканате факультета в течение одного года.

- продолжительность подготовки к ответу на государственном экзамене, проводимом устно, определяется экзаменационной комиссией и не должна превышать более одного часа.

- на государственном экзамене может быть разрешено пользование справочниками и другой учебной, научной, методической литературой, если это предусмотрено Программой ГИА.

- лист ответа обучающегося (Приложение В2) с указанием даты, подписью обучающегося сдается секретарю и хранится один год.

- 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, проводимого в устной форме, объявляются в день его проведения. 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)) ООП, обеспечивающих получение профессиональной подготовки выпускника, проверяемой в ходе государственного экзамена:

Коды компетенций (общекультурных, общепрофессиональных, профессиональных, дополнительных)	Результаты обучения, проверяемые на государственном экзамене	Разделы, темы дисциплины (дисциплин) ООП	Примечание
УК-1.1	Анализирует проблемную ситуацию как систему, выявляя ее составляющие и связи между ними	Б1.О.20 Маркетинг в социальных сетях	
УК-1.2	Используя логико-методологический инструментарий, критически оценивает надежность источников информации, современных концепций философского и социального характера в своей предметной области	Б1. О.01 Философия	
ОПК-1.1	Выявляет отличительные особенности медиапроекты, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ	Б1.О.20 Маркетинг в социальных сетях Б1.О.15 Технологии медиатворчества	
ОПК-1.2	Осуществляет подготовку медиапроектов и (или) медиапродуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	Б1.О.06 Речевая культура устной и письменной коммуникации Б1.О.07 Современный русский язык Б1.О.11 Стилистика Б1.О.15 Технологии медиатворчества Б1.О.20 Маркетинг в социальных сетях	

ОПК-2.1	Знает систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития	Б1.О.09 Политология	
ОПК-2.2	Соблюдает принцип объективности в создаваемых медиапроектах и (или) медиапродуктах при освещении деятельности общественных и государственных институтов		
ОПК-3.1	Демонстрирует кругозор в сфере отечественного и мирового культурного процесса	Б1.О.10 История русской и зарубежной литературы Б1.О.12 История искусства	
ОПК-3.2	Применяет средства художественной выразительности в создаваемых медиапроектах и (или) медиапродуктах	Б1.О.12 История искусства	
ОПК-4.1	Соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп	Б1.О.28 Социология массовой коммуникации	
ОПК-4.2	Учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании медиапроектах и (или) медиапродуктов	Б1. О. 25 Основы телевизионной и радиожурналистики Б1.О.28 Социология массовой коммуникации	

ОПК-5.1	<p>Знает совокупность политических, экономических факторов, региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях</p>	<p>Б1.О.08 Экономика Б1.О.13 Основы журналистики Б1.О.18 Основы связей с общественностью Б1.О.21 Современное медиапространство России и мира Б1.О.22 Медиаэкономика Б1.О.26 Регулирование в маркетинговых коммуникациях Б1.О.28 Социология массовой коммуникации</p>	
ОПК-5.2	<p>Осуществляет свои профессиональные действия с учетом механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы</p>	<p>Б1.О.13 Основы журналистики Б1.О.14 Основы рекламы Б1.О.18 Основы связей с общественностью Б1.О.21 Современное медиапространство России и мира Б1.О.22 Медиаэкономика Б1.О.23 Западная коммуникативистика Б1.О.26 Регулирование в маркетинговых коммуникациях Б1.О.27 Психология массовой коммуникации Б1.О.28 Социология массовой коммуникации</p>	

ОПК-6.1	Отбирает для осуществления профессиональной деятельности необходимое техническое оборудование и программное обеспечение	Б1.О.16 Техника и технология средств массовой коммуникации Б1.О.17 Современные информационные технологии	
ОПК-6.2	ОПК-6.2. Эксплуатирует современные стационарные и мобильные цифровые устройства на всех этапах создания медиапроекта и (или) медиапродукта	Б1.О.16 Техника и технология средств массовой коммуникации Б1.О.17 Современные информационные технологии	
ОПК-7.1	Знает цеховые принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности	Б1.О.13 Основы журналистики Б1.О.32 Конфликтология и медиасфера	
ПКВо-7.2	Осуществляет поиск корректных творческих приемов при сборе, обработке и распространении информации в соответствии с общепринятыми стандартами и законами в области средств массовой информации	Б1.О.13 Основы журналистики Б1.О.25 Основы телевизионной и радиожурналистики Б1.О.32 Конфликтология и медиасфера	

ПКВо-1.1	Знает основы структурирования медиаорганизаций и принципы взаимодействия медиаорганизаций с внешней средой	Б1.О.18 Основы связей с общественностью Б1.О.22 Медиаэкономика Б1.О.22 Менеджмент в массмедиа Б1.О.29 Медиапланирование Б1.О.32 Конфликтология и медиасфера Б1.В.ДВ.03.01 Создание интернет-СМИ	
ПКВо-1.2	Умеет координировать работу технических, управленческих, творческих подразделений медиаорганизаций	Б1.О.18 Основы связей с общественностью Б1.О.20 Маркетинг в социальных сетях Б1.О.29 Медиапланирование Б1.О.32 Конфликтология и медиасфера Б1.В.ДВ.03.01 Создание интернет-СМИ	

ПКВо-1.3	<p>Владеет навыками выстраивания взаимодействия медиаорганизации с внешней средой</p>	<p>Б1.О.18 Основы связей с общественностью Б1.О.20 Маркетинг в социальных сетях Б1.О.22 Медиаэкономика Б1.О.29 Медиапланирование Б1.О.32 Конфликтология и медиасфера Б1.В.ДВ.02.01 Презентация медиапроектов Б1.В.ДВ.02.02 Презентация и позиционирование проектов в сфере культуры Б1.В.ДВ.03.01 Создание интернет-СМИ</p>	
ПКВо-2.1	<p>Знает основы проектной деятельности по созданию концепций медиапроектов</p>	<p>Б1.О.30 Управление медиапроектами Б1.О.31 Брендинг Б1.В.09 Выпуск рекламного продукта Б1.В.12 Современные мультимедийные СМИ Б1.В.14 Авторская радио- и телепередача Б1.В.ДВ.02.01 Презентация медиапроектов</p>	

ПКВо-2.2	Умеет создавать концепции медиапроектов	Б1.О.30 Управление медиапроектами Б1.О.31 Брендинг Б1.В.09 Выпуск рекламного продукта Б1.В.12 Современные мультимедийные СМИ Б1.В.16 Организация и проведение коммуникационной кампании Б1.В.20 Имиджелогия Б1.В.ДВ.02.01 Презентация медиапроектов Б1.В.ДВ.03.01 Создание интернет-СМИ	
----------	---	---	--

ПКВо-2.3	Владеет навыками реализации концепции медиапроектов	Б1.О.30 Управление медиапроектами Б1.О.31 Брендинг Б1.В.09 Выпуск рекламного продукта Б1.В.12 Современные мультимедийные СМИ Б1.В.14 Авторская радио- и телепередача Б1.В.15 Производство видеоролика Б1.В.16 Организация и проведение коммуникационной кампании Б1.В.20 Имиджелогия Б1.В.ДВ.02.01 Презентация медиапроектов Б1.В.ДВ.02.02 Презентация и позиционирование проектов в сфере культуры Б1.В.ДВ.03.01 Создание интернет-СМИ Б1.В.ДВ.05.02 Коммерческая номинация Б1.В.ДВ.05.01 Нейминг в массовой коммуникации	
----------	---	--	--

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:

Блок 1.

- 1) Особенности восприятия информации. Способы привлечения внимания к медийному сообщению.
- 2) Понятие модели коммуникационного процесса и коммуникативного поведения. Национальная коммуникативная культура.
- 3) Особенности атикризисных коммуникационных технологий в медиасфере.
- 4) Международные правовые документы, регулирующие деятельность СМИ. Конституционные основы деятельности СМИ в России

- 5) Правовое регулирование рекламной и СО-деятельности.
- 6) Медиакоммуникации, журналистика, реклама, маркетинг, пропаганда, СО: общее и различное.
- 7) СО-кампания: определение, основные характеристики, типология, планирование и структурирование.
- 8) Геймификация в создании медиапроекта: понятие геймификации, цели, типовые решения. Игрофицированные решения в практике b2c, b2p, b2b: специфика и потенциал.
- 9) Роль физической культуры в обеспечении полноценной социальной и профессиональной деятельности.
- 10)Факторы толерантности при восприятии социальных и этнических различий и конфессиональных различий.
- 11)Основные этапы и закономерности истории развития общества.
- 12)Политическая система общества: понятие, структура, функции, типы.
- 13)Понятие ЧС. Последствия и методы защиты от возможных аварий, катастроф и стихийных бедствий.
- 14)Принципы литературного редактирования.
- 15)Медиакультура, медиаискусство имедиаэстетика.
- 16)Создание копирайтерских текстов – особенности структуры, подходы к написанию. Оценка эффективности копирайтинга.

Блок 2.

- 1) Журналистика: понятие, функции, структура деятельности. Журналистика как социальный институт и как система СМИ.
- 2) Особенности и виды конвергенции в современных СМИ.
- 3) Основные мультимедийные жанры и форматы в СМИ.
- 4) Возникновение и развитие телевещания. Функции и специфические возможности ТВ, специфика работы в телеэфире, система твжанров
- 5) Радиожурналистика: история развития радиовещания, специфика работы в радиоэфире, система радиожанров.
- 6) Техника и технология печати.
- 7) Техника и технология Интернета.
- 8) Интернет-телевидение: особенности, история возникновения и развития, жанровое своеобразие.
- 9) Общие требования к текстовым и графическим, рабочим и презентационным материалам при разработке медиапроекта.
- 10)Продвижение медиапроекта: подходы, принципы и особенности.
- 11)Классификация и структура медиарынка.
- 12)Социальные медиа и их роль в медиасреде. Техника и технологии создания социальных медиа.
- 13)Бюджет и баланс массмедиа.
- 14)SMM, SEO и SMO: области практического применения.
- 15)Основные принципы контент-маркетинга.
- 16)Видеоблогинг: определение, этапы развития, жанры и подходы к продвижению видеоблога.

Блок 3.

Проанализировать предложенные кейсы, дать ответы на поставленные вопросы.

Примерный перечень кейсов:

Кейс 1.

На примере компании «Магис-спорт» разработайте коммуникационную стратегию с целью улучшения продвижения услуг компании. Максимальный бюджет на год – 500 тыс.руб.

1. На какие элементы комплекса коммуникаций компании следует обратить внимание?
2. Какие виды коммуникации Вы предложили бы руководству компании? Дайте обоснование вашего выбора.
3. Какова, по Вашему мнению, должна быть структура комплекса коммуникаций исходя из выделенной суммы затрат?
4. Сформулируйте ключевое сообщение для комплекса ИМК.

Кейс 2.

Для каждого вида коммуникации дать определение, указать основных участников коммуникации, охарактеризовать канал коммуникации:

- митинг оппозиции: на трибуне лидеры оппозиции произносят речи для собравшихся;
- лекция в университете: преподаватель читает лекцию;
- автостоянка: охранник оставил водителю записку об имеющемся у него долге на лобовом стекле под «дворником»;
- «Вконтакте»: пользователь сменил фотографию: вместо смешного щенка теперь грозный пес с оскаленной пастью;
- почта: мой друг получил посылку из Америки от своего двоюродного брата;
- в библиотеке: я закончила читать третью главу романа «Война и мир» Л.Толстого.

12.3.2. Пример КИМ

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 42.03.05 Медиакоммуникации

код, наименование

Государственный экзамен

Контрольно-измерительный материал №1

1. Способы привлечения внимания к медийному сообщению.
2. Геймификация в создании медиапроекта: понятие геймификации, цели, типовые решения.
3. Кейс 1.

Куратор ООП _____
Подпись 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»
1. знание теоретических основ и понятийного аппарата медиакоммуникационной деятельности; 2. умение связывать теорию с практикой; 3. умение иллюстрировать ответ примерами, фактами реальной жизни, данными научных исследований, в том числе собственных, итогами прохождения практик; 4. умение устанавливать межпредметные связи; 5. умение обосновывать и самостоятельно формулировать выводы; 6. владение навыками обосновывать свои суждения и профессиональную позицию по излагаемому вопросу; 7. владение навыками самостоятельно находить решения/решать задачи в сфере профессиональной деятельности.	Полное соответствие ответа обучающегося всем семи перечисленным показателям. Компетенции сформированы полностью, проявляются и используются систематически, в полном объеме.	Ответ обучающегося не соответствует одному (двум) 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.	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.	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.

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 проектной и организационной деятельности, владеет понятийным аппаратом, умеет обосновывать свои суждения и профессиональную позицию при решении ситуационных профессиональных задач.
«Хорошо»	Повышенный (продвинутый, достаточный) уровень — обучающийся в целом подготовлен к решению профессиональных задач в рамках проектной и организационной деятельности, способен успешно применять данный вид деятельности в стандартных ситуациях, не в полной мере проявляя самостоятельность.
«Удовлетворительно»	Пороговый (базовый, допустимый) — обучающийся подготовлен к самостоятельной проектной и организационной 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 проектной и организационной деятельности вследствие несформированности у него компетенций, влекущей за собой грубые профессиональные ошибки.

12.3.4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания:

В каждый КИМ включаются два вопроса: первый – из первого блока, второй – из второго блока, третий – практическое задание.

За правильный ответ на вопрос из первого блока дается 30 баллов.

За правильный ответ на вопрос второго блока дается 30 баллов.

Успешное выполнение практического задания оценивается в 40 баллов.

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

менее 40 баллов – «неудовлетворительно»,

40-60 баллов – «удовлетворительно»,

61-80 баллов – «хорошо»,

81-100 баллов – «отлично».

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

а) основная литература:

№ п/п	Источник
1	Связи с общественностью: теория и практика: учебное пособие / [А.Е. Богоявленский и др.]; АНО "Ин-т полит. анализа и стратегий"; Воронеж. гос. ун-т, Фак. журналистики; под ред. В.В. Тулупова, Е.Е. Топильской. – Воронеж: Квартал, 2010. – 327 с.
2	2 Реклама и связи с общественностью: Теория и практика/ под ред. Тулупова В.В. – Воронеж : Издательский дом ВГУ, 2015. – С.233-249.
3	3 Булатова С. Н./Теория и практика связей с общественностью: учебное пособие/ С.Н. Булатова . - Кемерово: КемГУКИ, 2012. – 80 с. - ISBN: 978-5- 8154-0229-4 . –

б) дополнительная литература:

№ п/п	Источник
4	Чумиков А. Реклама и связи с общественностью: профессиональные компетенции: учебное пособие / А. Чумиков, М. Бочаров, С. Самойленко; Российской академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации. - М. : Издательский дом «Дело», 2016. - 521 с. : ил. - Библ. в кн. - ISBN 978-5-7749-1135-6 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: //biblioclub.ru/index.php?page=book&id=442983 2 3
5	Гундарин М.В. Книга руководителя отдела PR: практические рекомендации / Михаил Гундарин. – 2-е изд., доп. — СПб.: Питер, 2009. – 330 с.
6	Пономарев Н.Ф. Связи с общественностью: социально-психологические аспекты. – СПб.: Питер, 2008. – 207 с.
7	Почепцов Г.Г. Коммуникативные технологии двадцатого века / Г. Г. Почепцов. – М.: Рефл-бук ; Киев : Ваклер, 2000. – 352 с.
8	Умаров, М. PR в реальном времени: Тренды. Кейсы. Правила / М. Умаров ; под ред. А. Черниковой. - М. : Альпина Паблишер, 2016. - 230 с. : ил. - ISBN 978-5-9614-5746-9 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: //biblioclub.ru/index.php?page=book&id=443019 (19.01.2017).
9	Федотова Л.И. Реклама и связи с общественностью. – Москва, 2016.
10	Шарков Ф.И Консалтинг в связях с общественностью : учебник / Ф.И.Шарков. – М. : Экзамен, 2005. – 416 с.

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

№ п/п	Ресурс
11	Национальный цифровой ресурс «РУКОНТ».
12	ЭБС «Консультант студента».
13	ЭБС «Университетская библиотека online».
14	ЭБС ЮРАЙТ.
15	ЭБС CIPRbooks.
16	ЭБС Лань.
17	Зональная научная библиотека ВГУ - http://www.lib.vsu.ru/
18	Образовательный портал ВГУ- http://www.moodle.vsu.ru

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

12.6. Материально-техническое обеспечение:

Аудитория: мультимедиа-проектор BenQ MX511, ПК, экран настенный CS 244*244

13 Требования к ВКР

13.1. Порядок выполнения ВКР

Выпускная квалификационная работы (ВКР) – необходимый этап обучения на факультете журналистики. ВКР подводит итог всех лет обучения и отражает способность студента к самостоятельному мышлению и творческой самореализации.

Этапы работы над ВКР

Руководитель перед началом выполнения ВКР выдает задание обучающемуся (нескольким обучающимся, выполняющим ВКР совместно), разрабатывает совместно с ним (ними) календарный график выполнения ВКР, рекомендует ему(им) необходимую литературу, справочные материалы. При назначении обучающемуся задания на ВКР рекомендуется отдавать предпочтение темам, сформулированным представителями организаций и предприятий, соответствующих направленности образовательной программы, и

представляющим собой реальную и актуальную производственную (научно-исследовательскую) задачу.

Требования к оформлению ВКР определяются факультетом с учетом требований инструкции И ВГУ 2.1.13 - 2016.

Работа над ВКР включает работу над главами и/или создание авторского продукта (в случае творческой ВКР).

Готовность ВКР к защите определяется решением заседания кафедры не позднее, чем за 2 недели до установленной даты защиты.

Подготовленная ВКР обязательно должна быть проверена на объем заимствования, в том числе содержательного, выявления неправомочных заимствований. Минимальный процент оригинальности ВКР – 60%.

ВКР подлежат размещению на образовательном портале «Электронный университет ВГУ» (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.

Ответственность за проверку наличия ВКР на образовательном портале «Электронный университет» несет заведующий выпускающей кафедры.

Доступ лиц к текстам ВКР должен быть обеспечен в соответствии с законодательством Российской Федерации, с учетом изъятия по решению правообладателя производственных, технических, экономических, организационных и других сведений, в том числе о результатах интеллектуальной деятельности в научно-технической сфере, о способах осуществления профессиональной деятельности, которые имеют действительную или потенциальную коммерческую ценность в силу неизвестности их третьим лицам.

После завершения подготовки обучающимся выпускной квалификационной работы руководитель ВКР оформляет письменный отзыв о работе обучающегося в период подготовки выпускной квалификационной работы (далее - отзыв). В случае выполнения ВКР несколькими обучающимися совместно руководитель представляет отзыв об их совместной работе в период подготовки ВКР.

Рецензирование ВКР по программам бакалавриата не проводится.

13.2. Примерный перечень тем ВКР

1. Медиаконцепция при формировании имиджа компании / политика, территории средствами печатных и / или электронных СМИ.
2. Разработка и реализация коммуникационного проекта в сфере шоубизнеса (на примере...).
3. Коммуникационные антикризисные технологии некоммерческих организаций (на примере благотворительных фондов и НКО).
4. Разработка и реализация коммуникационного проекта в сфере государственного и / или муниципального управления (на примере...).
5. Product placement как метод продвижения актора / организации (на примере...).
6. Корпоративное издание как внутрикоммуникационный инструмент организации.
7. Особенности медиапродуктов в виртуальном пространстве.
8. Способы и методы противодействия медиатехнологиям в предвыборный период.
9. Продвижение интересов бизнес-сообщества через СМИ как задача медиакоммуникации.
10. Digital - проекты в сфере общественных связей.

11. Пресс-служба в государственной структуре как медиакоммуникатор (на примере...).
12. Особенности деятельности региональных телеканалов в избирательный период.
13. Факторы формирования медийной и / или общественной / политической повестки дня.
14. Новостной повод в медиакоммуникации.
15. Коммуникационная деятельность компании (медиапредприятия).
16. Основные принципы и этапы моделирования интерактивной радио- и телепередачи (на конкретном примере).
17. Монтажное решение документального фильма и телепередачи (на конкретном примере).
18. Технические аспекты видеосъемки медиапродукта (на конкретном примере).
19. Специфика воплощения темы, идеи, замысла сценария медиапродукта (на конкретном примере).
20. Режиссерская экспликация как способ продвижения медиапродукта (на конкретном примере).
21. Композиция как основа создания медиапродукта (на конкретном примере).
22. Визуализация разножанровых программ (на конкретном примере).
23. Роль автора в создании радио- и телепрограммы (на конкретном примере).
24. Актуальные тенденции на региональном медиарынке (регион по выбору).
25. Особенности структуры и функционирования конвергентной редакции (на конкретных примерах).
26. Моделирование и запуск массмедиа (анализ опыта действующих СМИ или собственного опыта).
27. Продвижение СМИ в социальных сетях: инструменты и их применение.
28. Информационная кампания в массмедиа: планирование и реализация (на конкретных примерах).
29. Опыт использования в массмедиа конкретных жанров медиатекстов (жанры по выбору – желательно на собственном опыте).
30. Актуальные форматы медиатекстов в СМИ разных типов (тип СМИ по выбору).
31. Актуальные мультимедийные форматы в массмедиа (примеры медиа по выбору).
32. Технология создания мультимедийных медиаматериалов (на примере публикаций автора в массмедиа).
33. Структура веб-сайтов современных массмедиа (на конкретных примерах).
34. Обеспечение юзабилити в дизайне веб-сайтов современных массмедиа (на конкретных примерах).
35. Сторителлинг в российских массмедиа: опыт и тенденции развития.
36. Инфографика в массмедиа: опыт и тенденции развития.
37. Видеоблоги как форма гражданской журналистики в интернете (на конкретных примерах).

38. Этические проблемы функционирования современных массмедиа.

Предлагаются примерные темы, которые могут корректироваться выпускником по согласованию с научным руководителем и выпускающей кафедрой связей с общественностью. Выпускник может предложить собственную тему. Тема ВКР должна отражать актуальную научную и / или прикладную проблему. Тема должна формулироваться в рамках проектной и / или редакционной деятельности.

Рекомендуется (но не является обязательным), чтобы тема ВКР продолжала тематику курсовых работ, которые студент выполнял в процессе обучения.

13.3. Структура ВКР

ВКР могут носить исследовательский или профессионально-творческий (проектный) характер.

Структура ВКР исследовательского характера соответствует принятой структуре научно-исследовательской работы. Текст ВКР включает введение, основную часть с рубрикацией по главам и параграфам, заключение, список использованной 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, выдвигается гипотеза исследования и / или формулируются положения, выносимые на защиту. В основной части излагается ход исследования. Главы и параграфы соответствуют задачам и цели исследования. В заключении обобщаются основные положения и выводы ВКР. Список использованной литературы должен содержать не менее 50 наименований. Примерный объем работы – 50-60 стандартных страниц печатного текста. Приложения и список использованной литературы не учитываются в общем объеме ВКР.

Структура ВКР профессионально-творческого характера (проект) в целом подобна структуре ВКР исследовательского характера, но имеет некоторые особенности. Во введении обосновывается выполнение ВКР в форме творческого проекта.

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 40-50 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 медиакоммуникаций.

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

Коды компетенций (общекультурных, общепрофессиональных, профессиональных, дополнительных)	Результаты обучения	Примечание

УК-1.1	Анализирует проблемную ситуацию как систему, выявляя ее составляющие и связи между ними	
УК-1.2	Используя логико-методологический инструментарий, критически оценивает надежность источников информации, современных концепций философского и социального характера в своей предметной области	
УК-6.5	Использует инструменты и методы управления временем при выполнении конкретных задач, проектов, при достижении поставленных целей	
ПКВо-2.1	Знает основы проектной деятельности по созданию концепций медиапроектов	
ПКВо-2.2	Умеет создавать концепции медиапроектов	
ПКВо-2.3	Владеет навыками реализации концепции медиапроектов	
ПКВ-1.1	Приводит медиатекст и(или) медиапродукт разных видов в соответствие с языковыми нормами	
ПКВ-2.3	Отбирает релевантную информацию из доступных источников	
ПКВ-2.4	Использует соответствующие технические средства для создания, обработки, компоновки и распространение (размещения) информации для дальнейшего доведения её до аудитории	

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 защищающемуся;
- выступление руководителя или оглашение секретарем ГЭК его отзыва на ВКР;

- выступление рецензента или оглашение секретарем ГЭК рецензии на ВКР; - ответы защищающегося на замечания рецензента (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. Оценка «неудовлетворительно» вносится только в ведомость.

Непосредственно после защиты ВКР в печатном и электронном видах передаются на хранение в течение 5 лет на выпускающей кафедре.

13.6. Фонд оценочных средств для защиты ВКР

13.6.1. Примерный перечень вопросов на защите ВКР

1. Каковы факторы, повлиявшие на выбор методики исследования?
2. В чём состояла процедура исследования?
3. Чем обусловлен выбор материала исследования?
4. Каковы критерии доказанности либо опровержения гипотезы?
5. Обладает ли ВКР новизной?
6. В чём состоит практическая значимость ВКР?
7. Какова актуальность исследования?

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 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
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, при представлении работы был частично привязан к конспекту доклада; 0 – во время защиты студент продемонстрировал слабые знания по теме выпускной работы, не ответил на большинство вопросов членов комиссии, был полностью привязан к конспекту доклада.

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 научно-исследовательской деятельности, способен разрабатывать новые методические подходы, 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 научно-исследовательского вида 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 научно-исследовательской деятельности частично, фрагментарное и ситуативное проявление требует помощи при выполнении заданий.
Неудовлетворительно	Недопустимый уровень — обучающийся не способен к самостоятельной научно-исследовательской 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»,
 10-12 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	Коммуникационный проект (творческая ВКР) : учебно-методическое пособие / А.Е. Богоявленский, А.А. Давтян, Р.В. Дыкин, В.В. Колобов, Е.Ю. Красова, Е.Б. Курганова, В.М. Невежина, М.Е. Новичихина, Е.Е. Топильская, М.А. Шилова, И.А. Щекина, Л.С. Щукина / под ред. Е.Б. Кургановой, Е.Е. Топильской, Л.С. Щукиной, А.А. Давтян. – Воронеж : факультет журналистики ВГУ, 2016. – с. 30-34.
2	Требования к выпускной квалификационной и курсовым работам на кафедре связей с общественностью : учебно-методическое пособие / А.Е. Богоявленский, М.Я. Запрягаева, Е.Б. Курганова, В.М. Невежина, М.Е. Новичихина, С.А. Попов, Е.Е. Топильская, И.А. Щекина / под ред. проф. М.Е. Новичихиной и доц. Е.Е. Топильской. – Воронеж: факультет журналистики ВГУ, 2013. – с. 14-17.

б) дополнительная литература:

№ п/п	Источник
3	Чумиков А.Н. Темы, структура, рекомендации по написанию креативных (курсовых, дипломных) работ по курсу «связи с общественностью» / URL: http://www.pressclub.host.ru/prlib/prstudents
4	Реклама и связи с общественностью: Теория и практика/ под ред. Тулупова В.В. – Воронеж : Издательский дом ВГУ, 2015. – С.233-249.
5	Коммуникационный менеджмент : учеб. пособие / под ред. В. М. Шепель. - М. : Гардарики, 2004. - 350 с.
6	Осояну, Ю.В. Реализация государственных интересов в сфере социальной рекламы: конституционно-правовые основы / Ю.В. Осояну ; под ред. Ю.И. Скуратова .— Воронеж : Науч. книга, 2005 .—
7	Персикова Т. Н. П26 Корпоративная культура : учебник / Т. Н. Персикова. – М. : Логос, 2011. – 285 с.
8	Политические коммуникации : учебное пособие при подготовке специалистов по направлению "Политология" / под ред. А.И. Соловьева .— М. : Аспект Пресс, 2004 .— 331, [1] с. — Библиогр. в конце гл., в примеч. — ISBN 5-7567-0361-6.
9	Пономарев Н.Ф. Коммуникационный менеджмент и корпоративная культура: учебн. пособие/ Н.Ф. Пономарев. – Пермь, ПГУ, 2008.
10	Почепцов Г.Г. Коммуникативные технологии двадцатого века / Г. Г. Почепцов. – М.: Рефл-бук ; Киев : Ваклер, 2000. – 352 с.
11	Умаров, М. PR в реальном времени: Тренды. Кейсы. Правила / М. Умаров ; под ред. А. Черниковой. - М. : Альпина Паблишер, 2016. - 230 с. : ил. - ISBN 978-5-9614-5746-9 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: //biblioclub.ru/index.php?page=book&id=443019 (19.01.2017).
12	Федотова Л.И. Реклама и связи с общественностью. – Москва, 2016.
13	Шарков Ф.И Консалтинг в связях с общественностью : учебник / Ф.И.Шарков. – М. : Экзамен, 2005. – 416 с.

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

№ п/п	Ресурс
14	Национальный цифровой ресурс «РУКОНТ».
15	Зональная научная библиотека ВГУ - http://www.lib.vsu.ru/
16	Образовательный портал ВГУ- http://www.moodle.vsu.ru
17	ЭБС «Консультант студента».
18	ЭБС «Университетская библиотека online».
19	ЭБС ЮРАЙТ.
20	ЭБС IPBooks.
21	ЭБС Лань.

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

13.9. Материально-техническое обеспечение:

Мультимедиа-проектор BenQ MX511, ПК, экран настенный CS 244*244, нетбук Asus Eee PC 1015P.

Приложение В1**(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 / специальность _____

код, наименование

Государственный экзамен

наименование

Контрольно-измерительный материал №____

Куратор ООП _____

Подпись расшифровка подписи

Приложение В2 (обязательное)**Форма листа ответа на контрольно-измерительный материал**

Направление подготовки / специальность _____

код, наименование

Государственный экзамен

наименование

Фамилия, имя, отчество

обучающегося _____

Лист ответа на контрольно-измерительный материал №____

Обучающийся _____

Подпись расшифровка подписи