

МИНОБРНАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Брянский государственный университет
имени академика И.Г. Петровского»

Кафедра русской, зарубежной литературы массовых коммуникаций

УТВЕРЖДАЮ
Заведующий кафедрой
 Никитина И.Н.
«10» 03 2020 г.

**ПРОГРАММА
ГОСУДАРСТВЕННОЙ ИТОГОВОЙ АТТЕСТАЦИИ**

Направление подготовки

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность программы (профиль)

Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере

Квалификация (степень) выпускника:

бакалавр

Брянск 2020

Рецензент:

Стародубец И.Д., генеральный директор рекламного агентства «Net. Media»

Программа государственной итоговой аттестации (ГИА) разработана для проведения государственной итоговой аттестации, относящейся к блоку 3 ОПОП, студентам очной формы обучения по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, уровень бакалавриата, направленность (профиль) Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере. Язык преподавания - русский.

Рабочая программа составлена в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденного приказом Минобрнауки России от 08.06.2017 г. № 512, с учётом профессиональных стандартов 06.009 «Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 4 августа 2014 г. № 535н; 11.013 «Графический дизайнер», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 17 января 2017 г. № 40н.

Составитель:

доцент кафедры русской, зарубежной литературы и массовых коммуникаций, кандидат педагогических наук Алексютина О.А.

СОДЕРЖАНИЕ

	С.
ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА	4
1. ЦЕЛЬ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ИТОГОВОЙ АТТЕСТАЦИИ (ГИА)	5
2. ПРОГРАММА ГОСУДАРСТВЕННОГО ЭКЗАМЕНА	6
2.1. Компетенции обучающегося, выносимые на государственный экзамен	6
2.2. Паспорт фонда оценочных средств государственного экзамена	11
2.3. Примерный перечень вопросов и заданий к государственному экзамену	16
2.4. Критерии и показатели оценивания результатов государственного экзамена	20
2.5. Методические рекомендации выпускникам по подготовке к государственному экзамену	21
2.6. Список рекомендуемой учебно-методической литературы, Интернет-ресурсов	22
3. ПРОГРАММА ЗАЩИТЫ ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЫ (ВКР)	24
3.1. Цель и задачи ВКР	24
3.2. Компетенции обучающегося, выносимые на защиту ВКР	24
3.3. Методические рекомендации по подготовке и защите ВКР	28
3.4. Критерии и показатели оценки результатов защиты ВКР	32
3.5. Список рекомендуемой учебно-методической литературы, Интернет-ресурсов	34
4. ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ, ВКЛЮЧАЯ ПЕРЕЧЕНЬ ПРОГРАММНО-ГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ И ИНФОРМАЦИОННЫХ СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМА (ИС)	36
5. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ГИА	37
ПРИЛОЖЕНИЯ	39

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Программа государственной итоговой аттестации (далее - ГИА) по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, уровень бакалавриата, направленность (профиль) Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО.

Нормативно-правовую базу разработки программы ГИА составляют:

- Федеральный закон Российской Федерации от 29 декабря 2012 года №273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»;
- Федеральный государственный образовательный стандарт по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью и уровню высшего образования - бакалавриат, утвержденный приказом Минобрнауки России от 08.06.2017 № 512 (далее – ФГОС ВО);
- Порядок организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры, утвержденный приказом Минобрнауки России от 5 апреля 2017 года № 301 (далее – Порядок организации образовательной деятельности);
- Порядок проведения государственной итоговой аттестации по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета и программам магистратуры, утвержденный приказом Минобрнауки России от 29 июня 2015 г. № 636;
- Приказ Министерства образования и науки Российской Федерации от 23 августа 2017 г. № 816 «Об утверждении Порядка применения организациями, осуществляющими образовательную деятельность, электронного обучения, дистанционных технологий при реализации образовательных программ»;
- Устав федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Брянский государственный университет имени академика И.Г. Петровского»;
- Локальные нормативные акты по основным вопросам организации и осуществления образовательной деятельности (Приложение 2).
- Порядок проведения государственной итоговой аттестации по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета и программам магистратуры в ФГБОУ ВО «Брянский государственный университет имени академика И.Г. Петровского», утверждённый решением учёного совета Университета от 31.03.2016г., протокол №3 (приказ БГУ от 31.03.2016г. №400, с изменениями, внесёнными приказами БГУ от 30.05.2016 №767 и от 05.09.2017 г. №1271).
- Положение о выпускных квалификационных работах, утверждённый решением учёного совета Университета от 22.09.2015г., протокол №7 (приказ БГУ от 05.11.2015г. №2307-ст, с изменениями, внесёнными приказами БГУ от 26.12.2016 №2117 и от 05.09.2017 г. №1271).
- Порядок размещения текстов выпускных квалификационных работ обучающихся в ФГБОУ ВО «Брянский государственный университет имени академика И.Г. Петровского» в электронно-библиотечной системе университета, утверждённый решением учёного совета Университета от 21.12.2018г., протокол №12 (приказ БГУ от 27.12.2018г. №212).
- Порядок проведения государственного экзамена и защиты выпускной квалификационной работы с применением электронного обучения, дистанционных образовательных технологий в ФГБОУ ВО «Брянский государственный университет имени академика И.Г. Петровского», утверждённый решением учёного совета Университета от 14.12.2017г., протокол №7 (приказ БГУ от 15.12.2017г. №1950).

1. ЦЕЛЬ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ИТОГОВОЙ АТТЕСТАЦИИ (ГИА)

Целью ГИА является установление уровня подготовки выпускника к выполнению профессиональных задач и соответствия его подготовки требованиям федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

Порядок проведения государственной итоговой аттестации определяется локальными нормативными актами Университета.

В Блок 3 образовательной программы «Государственная итоговая аттестация» входят:

Формы ГИА	Количество з.е.	Перечень проверяемых компетенций
Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена	6	УК-1; УК-2; УК-3; УК-4; УК-5; УК-6; УК-7; УК-8; ОПК-1; ОПК-2; ОПК-3; ОПК-4; ОПК-5; ОПК-6; ОПК-7; ПК-1; ПК-2; ПК-3; ПК-4
Выполнение и защита выпускной квалификационной работы	3	УК-1; УК-2; УК-3; УК-4; УК-5; УК-6; УК-7; УК-8; ОПК-1; ОПК-2; ОПК-3; ОПК-4; ОПК-5; ОПК-6; ОПК-7; ПК-1; ПК-2; ПК-3; ПК-4

Объем блока: 9 з.е.

2. ПРОГРАММА ГОСУДАРСТВЕННОГО ЭКЗАМЕНА

Основная цель государственного экзамена - определить степень соответствия выпускника квалификационным характеристикам и требованиям ФГОС ВО к его профессиональной компетентности. Государственный экзамен носит комплексный характер и строится на основе следующих принципов: диалектической взаимосвязи профильных дисциплин, соотносённости теории и практики; согласованности содержания, организационной формы экзамена и требований ФГОС ВО; учета специфических особенностей профиля; полноты и приоритетности в отборе содержания государственного экзамена.

Государственный экзамен включает в себя решение профессионально-ориентированных задач на базе модулей «Общепрофессиональная подготовка», «Регламентирование рекламно-информационной деятельности», «Коммуникационный продукт в коммерческой сфере», «Маркетинг и менеджмент в сфере рекламы и связей с общественностью», с привлечением портфолио обучающегося.

2.1. Компетенции обучающегося, выносимые на государственный экзамен

В соответствии с основной профессиональной образовательной программой, государственный экзамен предполагает проверку сформированности у обучающихся следующих компетенций:

Универсальные компетенции выпускников и индикаторы их достижения

Код и наименование универсальной компетенции	Код и наименование индикатора достижения универсальной компетенции
УК-1. Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	УК-1.1. Знает: методы критического анализа и оценки современных научных достижений; основные принципы критического анализа.
	УК-1.2. Умеет: выбирать источники информации, адекватные поставленным задачам и соответствующие научному мировоззрению; рассматривать различные точки зрения на поставленную задачу в рамках научного мировоззрения и определять рациональные идеи; анализировать задачу, выделяя этапы её решения, действия по решению задачи; получать новые знания на основе анализа, синтеза и других методов.
	УК-1.3. Владеет: исследованием проблем профессиональной деятельности с применением анализа, синтеза и других методов интеллектуальной деятельности; выявлением научных проблем и использованием адекватных методов для их решения; демонстрацией оценочных суждений в решении проблемных профессиональных ситуаций.
УК-2. Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	УК-2.1. Знает: юридические основания для организации деятельности и представления её результатов; правовые нормы, предъявляемые к способам решения профессиональных задач, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений; правовые нормы для оценки результатов решения задач.
	УК-2.2. Умеет: формулировать задачи в соответствии с целью проекта; определять имеющиеся ресурсы для достижения цели проекта; проверять и анализировать профессиональную документацию; выдвигать инновационные идеи и нестандартные подходы к их реализации в целях реализации деятельности; анализировать нормативную документацию.
	УК-2.3. Владеет: навыками аргументированного отбора и реализации различных способов решения задач в рамках цели проекта; публичного представления результатов решения задач исследования, проекта, деятельности.
УК-3. Способен	УК-3.1.

осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	Знает: основы использования стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели; основные условия эффективной командной работы; стратегии и принципы командной работы, основные характеристики организационного климата и взаимодействия людей в организации.
	УК-3.2. Умеет: определять свою роль в команде, стиль управления и эффективность руководства командой; вырабатывать командную стратегию; владеть технологией реализации основных функций управления человеческими ресурсами; применять принципы и методы организации командной деятельности.
	УК-3.3. Владеет: навыками организации и управления командным взаимодействием в решении поставленных целей; участием в разработке стратегии командной работы; умением работать в команде, устанавливать разные виды коммуникации (учебную, деловую, неформальную и др.); навыками планирования последовательности шагов для достижения заданного результата.
УК-4. Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	УК-4.1. Знает: принципы деловой коммуникации на государственном языке и иностранном(ых) языке(ах); коммуникационные технологии в профессиональном взаимодействии; характеристики коммуникационных потоков; значение коммуникации в профессиональном взаимодействии; современные средства информационно-коммуникационных технологий.
	УК-4.2. Умеет: создавать на русском и иностранном (ых) языке (ах) письменные тексты научного и официально-делового стилей речи; выбирать на русском и иностранном (ых) языке (ах) коммуникативно приемлемые стили делового общения, вербальные и невербальные средства взаимодействия с партнёрами; выполнять перевод академических текстов с иностранного (ых) языка (ов) на государственный язык.
	УК-4.3. Владеет: реализацией способов устной и письменной видов коммуникации, в том числе на иностранном (ых) языке (ах); представлением результатов собственной и командной деятельности с использованием коммуникативных технологий.
УК-5. Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	УК-5.1. Знает: основы социального взаимодействия, направленного на решение профессиональных задач; национальные, этнокультурные и конфессиональные особенности и народные традиции населения.
	УК-5.2. Умеет: выстраивать взаимодействие с учетом национальных, этнокультурных и социокультурных особенностей; соблюдать требования уважительного отношения к историческому наследию и культурным традициям различных национальных и социальных групп в процессе межкультурного взаимодействия на основе знаний основных этапов развития России в социально-историческом, этическом и философском контекстах; анализировать особенности социального взаимодействия с учетом национальных, этнокультурных, конфессиональных особенностей.
	УК-5.3. Владеет: организацией продуктивного взаимодействия в профессиональной среде с учетом национальных, этнокультурных, конфессиональных особенностей; способами преодоления коммуникативных, образовательных, этнических, конфессиональных и других барьеров в процессе межкультурного взаимодействия; выявлением разнообразия культур в процессе межкультурного взаимодействия; приёмами толерантного и конструктивного взаимодействия с людьми с учётом их социокультурных особенностей в целях успешного выполнения профессиональных задач.
УК-6. Способен управлять своим временем, вы-	УК-6.1. Знает: основы саморазвития, самореализации, использования творческого потенциала собственной деятельности; основные научные школы психологии; деятельностный подход в исследовании личностного развития;

страивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни	технологии и методику самооценки; теоретические основы акмеологии, уровни анализа психических явлений.
	УК-6.2. Умеет: создавать и достраивать индивидуальную траекторию саморазвития при получении профессионального образования; определять свои личные ресурсы, возможности и ограничения для достижения поставленных и перспективных целей, приоритеты профессиональной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки; планировать самостоятельную деятельность в решении профессиональных задач.
	УК-6.3. Владеет: навыками определения эффективного направления действий в области профессиональной деятельности, перспективных целей деятельности с учётом личностных возможностей, требований рынка труда; способами принятия решений на уровне собственной профессиональной деятельности; навыками планирования этапов карьерного роста.
УК-7. Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности	УК-7.1. Знает: основы физической культуры для осознанного выбора здоровьесберегающих технологий с учётом особенностей профессиональной деятельности; принципы распределения физических нагрузок; способы пропаганды здорового образа жизни.
	УК-7.2. Умеет: поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности и соблюдать нормы здорового образа жизни; грамотно распределять физические нагрузки; проектировать индивидуальную программу физической подготовки, учитывающую индивидуальные особенности развития организма.
	УК-7.3. Владеет: методами поддержки должного уровня физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности; навыками обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности; приемами пропаганды здорового образа жизни.
УК-8. Способен создавать и поддерживать безопасные условия жизнедеятельности, в том числе при возникновении чрезвычайных ситуаций	УК-8.1. Знает: научно обоснованные способы поддержания безопасных условий жизнедеятельности, в том числе при возникновении чрезвычайных ситуаций; виды опасных ситуаций; способы преодоления опасных ситуаций; основы медицинских знаний и приемы первой медицинской помощи.
	УК-8.2. Умеет: создавать и поддерживать безопасные условия труда на рабочем месте; различать факторы, влекущие возникновение опасных ситуаций; предотвращать возникновение опасных ситуаций, в том числе на основе приемов по оказанию первой медицинской помощи и базовых медицинских знаний.
	УК-8.3. Владеет: навыками по предотвращению возникновения опасных ситуаций; навыками выявления и устранения проблем, связанных с нарушениями техники безопасности на рабочем месте; приемами первой медицинской помощи; способами гражданской обороны по минимизации последствий от чрезвычайных ситуаций.

Общепрофессиональные компетенции выпускников и индикаторы их достижения

Код и наименование общепрофессиональной компетенции	Код и наименование индикатора достижения общепрофессиональной компетенции
ОПК-1. Способен создавать	ОПК-1.1. Знает: отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и

востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	(или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ; особенности текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов .
	ОПК-1.2. Умеет: выявлять отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ; осуществлять подготовку текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем
	ОПК-1.3. Владеет: приемами создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем.
ОПК-2. Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	ОПК-2.1. Знает: систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития;
	ОПК-2.2. Умеет: реализовать принцип объективности в создаваемых текстах и (или) продуктах при освещении деятельности общественных и государственных институтов.
	ОПК-2.3. Владеет: способностью учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов.
ОПК-3. Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	ОПК-3.1. Знает: особенности отечественного и мирового культурного процесса; достижения отечественной и мировой культуры.
	ОПК-3.2. Умеет: определять особенности отечественного и мирового культурного процесса; учитывать достижения отечественной и мировой культуры.
	ОПК-3.3. Владеет: способностью учитывать достижения отечественной и мировой культуры, а также средства художественной выразительности в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.
ОПК-4. Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	ОПК-4.1. Знает: планируемые результаты профессиональной деятельности в соответствии с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп; основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности, основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.
	ОПК-4.2. Умеет: соотносить социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп.
	ОПК-4.3. Владеет: способностью использовать основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности, учитывать основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.
ОПК-5.	ОПК-5.1.

Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	Знает: совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях; специфику коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы.
	ОПК-5.2. Умеет: определять совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях.
	ОПК-5.3. Владеет: способностью осуществлять свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы.
ОПК-6. Способен использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии	ОПК-6.1. Знает: принципы отбора необходимого технического оборудования и программного обеспечения для осуществления профессиональной деятельности; современные цифровые устройства, платформы и программное обеспечение на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.
	ОПК-6.2. Умеет: отбирать необходимое техническое оборудование и программное обеспечение для осуществления профессиональной деятельности.
	ОПК-6.3. Владеет: способностью применять современные цифровые устройства, платформы и программное обеспечение на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.
ОПК-7. Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности	ОПК-7.1. Знает: цеховые принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности; принципы отбора информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом.
	ОПК-7.2. Умеет: применять цеховые принципы социальной ответственности, прогнозировать типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности.
	ОПК-7.3. Владеет: способностью осуществлять отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом.

Профессиональные компетенции выпускников и индикаторы их достижения

Код и наименование профессиональной компетенции	Код и наименование индикатора достижения профессиональной компетенции
ПК-1. Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных	ПК-1.1. Создает тексты рекламы и связей с общественностью и (или) иные коммуникационные продукты с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта
	ПК-1.2. Создает информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применяет творческие решения с уче-

типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта	том мирового и отечественного опыта
	ПК-1.3. Создает основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании
ПК-2. Способен организовывать подготовку к выпуску рекламной продукции, включая текстовые и графические материалы, в рамках традиционных и современных средств рекламы	ПК-2.1. Знает основные требования к рекламному продукту, включая текстовые и графические материалы
	ПК-2.2. Умеет организовать подготовку рекламного продукта к выпуску
	ПК-2.3. Создает рекламный продукт различных видов, в рамках традиционных и современных средств рекламы
ПК-3. Способен применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта	ПК-3.1. Использует основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта
	ПК-3.2. Принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта
	ПК-3.3. Осуществляет мониторинг обратной связи с разными целевыми группами
ПК-4. Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	ПК-4.1. Выполняет функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью
	ПК-4.2. Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии
	ПК-4.3. Участвует в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры

2.2. Паспорт фонда оценочных средств государственного экзамена

Компетенция	Планируемые результаты обучения	Номер оценочного задания (из примерного перечня вопросов и заданий государственного экзамена)
УК-1. Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	УК-1.1. Знает: методы критического анализа и оценки современных научных достижений; основные принципы критического анализа.	1-84
	УК-1.2. Умеет: выбирать источники информации, адекватные поставленным задачам и соответствующие научному мировоззрению; рассматривать различные точки зрения на поставленную задачу в рамках научного мировоззрения и определять рациональные идеи; анализировать задачу, выделяя этапы её решения, действия по решению задачи;	

	получать новые знания на основе анализа, синтеза и других методов.	
	УК-1.3. Владеет: исследованием проблем профессиональной деятельности с применением анализа, синтеза и других методов интеллектуальной деятельности; выявлением научных проблем и использованием адекватных методов для их решения; демонстрацией оценочных суждений в решении проблемных профессиональных ситуаций.	
УК-2. Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	УК-2.1. Знает: юридические основания для организации деятельности и представления её результатов; правовые нормы, предъявляемые к способам решения профессиональных задач, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений; правовые нормы для оценки результатов решения задач.	21,65,84
	УК-2.2. Умеет: формулировать задачи в соответствии с целью проекта; определять имеющиеся ресурсы для достижения цели проекта; проверять и анализировать профессиональную документацию; выдвигать инновационные идеи и нестандартные подходы к их реализации в целях реализации деятельности; анализировать нормативную документацию.	
	УК-2.3. Владеет: навыками аргументированного отбора и реализации различных способов решения задач в рамках цели проекта; публичного представления результатов решения задач исследования, проекта, деятельности.	
УК-3. Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	УК-3.1. Знает: основы использования стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели; основные условия эффективной командной работы; стратегии и принципы командной работы, основные характеристики организационного климата и взаимодействия людей в организации.	1-20, 22-64, 66-83
	УК-3.2. Умеет: определять свою роль в команде, стиль управления и эффективность руководства командой; вырабатывать командную стратегию; владеть технологией реализации основных функций управления человеческими ресурсами; применять принципы и методы организации командной деятельности.	
	УК-3.3. Владеет: навыками организации и управления командным взаимодействием в решении поставленных целей; участием в разработке стратегии командной работы; умением работать в команде, устанавливать разные виды коммуникации (учебную, деловую, неформальную и др.); навыками планирования последовательности шагов для достижения заданного результата.	
УК-4. Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской	УК-4.1. Знает: принципы деловой коммуникации на государственном языке и иностранном(ых) языке(ах); коммуникационные технологии в профессиональном взаимодействии; характеристики коммуникационных потоков; значение коммуникации в профессиональном взаимодействии; современные средства информационно-коммуникационных технологий.	1-78
	УК-4.2.	

Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	Умеет: создавать на русском и иностранном (ых) языке (ах) письменные тексты научного и официально-делового стилей речи; выбирать на русском и иностранном (ых) языке (ах) коммуникативно приемлемые стили делового общения, вербальные и невербальные средства взаимодействия с партнёрами; выполнять перевод академических текстов с иностранного (ых) языка (ов) на государственный язык.	
	УК-4.3. Владеет: реализацией способов устной и письменной видов коммуникации, в том числе на иностранном (ых) языке (ах); представлением результатов собственной и командной деятельности с использованием коммуникативных технологий.	
УК-6 Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни	УК-6.1.Знает: основы саморазвития, самореализации, использования творческого потенциала собственной деятельности; основные научные школы психологии; деятельностный подход в исследовании личностного развития; технологию и методику самооценки; теоретические основы акмеологии, уровни анализа психических явлений.	1-20, 22-64, 66-83
	УК-6.2.Умеет: создавать и достраивать индивидуальную траекторию саморазвития при получении профессионального образования; определять свои личные ресурсы, возможности и ограничения для достижения поставленных и перспективных целей, приоритеты профессиональной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки; планировать самостоятельную деятельность в решении профессиональных задач.	
	УК-6.3.Владеет: навыками определения эффективного направления действий в области профессиональной деятельности, перспективных целей деятельности с учётом личностных возможностей, требований рынка труда; способами принятия решений на уровне собственной профессиональной деятельности; навыками планирования этапов карьерного роста.	
УК-5. Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	УК-5.1. Знает: основы социального взаимодействия, направленного на решение профессиональных задач; национальные, этнокультурные и конфессиональные особенности и народные традиции населения.	1-20, 22-64, 66-83
	УК-5.2. Умеет: выстраивать взаимодействие с учетом национальных, этнокультурных и социокультурных особенностей; соблюдать требования уважительного отношения к историческому наследию и культурным традициям различных национальных и социальных групп в процессе межкультурного взаимодействия на основе знаний основных этапов развития России в социально-историческом, этическом и философском контекстах; анализировать особенности социального взаимодействия с учетом национальных, этнокультурных, конфессиональных особенностей.	
	УК-5.3. Владеет: организацией продуктивного взаимодействия в профессиональной среде с учетом национальных, этнокультурных, конфессиональных особенностей;	

	способами преодоления коммуникативных, образовательных, этнических, конфессиональных и других барьеров в процессе межкультурного взаимодействия; выявлением разнообразия культур в процессе межкультурного взаимодействия; приёмами толерантного и конструктивного взаимодействия с людьми с учётом их социокультурных особенностей в целях успешного выполнения профессиональных задач.	
УК-7. Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности	УК-7.1. Знает: основы физической культуры для осознанного выбора здоровьесберегающих технологий с учётом особенностей профессиональной деятельности; принципы распределения физических нагрузок; способы пропаганды здорового образа жизни. УК-7.2. Умеет: поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности и соблюдать нормы здорового образа жизни; грамотно распределять физические нагрузки; проектировать индивидуальную программу физической подготовки, учитывающую индивидуальные особенности развития организма. УК-7.3. Владеет: методами поддержки должного уровня физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности; навыками обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности; приемами пропаганды здорового образа жизни.	79-81
УК-8. Способен создавать и поддерживать безопасные условия жизнедеятельности, в том числе при возникновении чрезвычайных ситуаций	УК-8.1. Знает: научно обоснованные способы поддержания безопасных условий жизнедеятельности, в том числе при возникновении чрезвычайных ситуаций; виды опасных ситуаций; способы преодоления опасных ситуаций; основы медицинских знаний и приемы первой медицинской помощи. УК-8.2. Умеет: создавать и поддерживать безопасные условия труда на рабочем месте; различать факторы, влекущие возникновение опасных ситуаций; предотвращать возникновение опасных ситуаций, в том числе на основе приемов по оказанию первой медицинской помощи и базовых медицинских знаний. УК-8.3. Владеет: навыками по предотвращению возникновения опасных ситуаций; навыками выявления и устранения проблем, связанных с нарушениями техники безопасности на рабочем месте; приемами первой медицинской помощи; способами гражданской обороны по минимизации последствий от чрезвычайных ситуаций.	82-83
ОПК-1. Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты	ОПК-1.1. Знает: отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ; особенности текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов. ОПК-1.2. Умеет: выявлять отличительные особенности медиатекстов,	1-78

в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ; осуществлять подготовку текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем ОПК-1.3. Владеет: приемами создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем.	
ОПК-2. Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	ОПК-2.1. Знает: систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития; ОПК-2.2. Умеет: реализовать принцип объективности в создаваемых текстах и (или) продуктах при освещении деятельности общественных и государственных институтов. ОПК-2.3. Владеет: способностью учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов.	1-78
ОПК-3. Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	ОПК-3.1. Знает: особенности отечественного и мирового культурного процесса; достижения отечественной и мировой культуры. ОПК-3.2. Умеет: определять особенности отечественного и мирового культурного процесса; учитывать достижения отечественной и мировой культуры. ОПК-3.3. Владеет: способностью учитывать достижения отечественной и мировой культуры, а также средства художественной выразительности в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.	1-78
ОПК-4. Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	ОПК-4.1. Знает: планируемые результаты профессиональной деятельности в соответствии с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп; основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности, основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов. ОПК-4.2. Умеет: соотносить социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп. ОПК-4.3. Владеет: способностью использовать основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности, учитывать основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных	1-78

	коммуникационных продуктов.	
ОПК-5. Способен учиты- вать в профессио- нальной деятель- ности тенденции развития медиа- коммуникацион- ных систем регио- на, страны и мира, исходя из полити- ческих и экономи- ческих механизмов их функциониро- вания, правовых и этических норм регулирования	ОПК-5.1. Знает: совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях; специфику коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы.	1-78
	ОПК-5.2. Умеет: определять совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях.	
	ОПК-5.3. Владеет: способностью осуществлять свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы.	
ОПК-6. Способен исполь- зовать в профес- сиональной дея- тельности совре- менные техниче- ские средства и информационно- коммуникацион- ные технологии	ОПК-6.1. Знает: принципы отбора необходимого технического оборудования и программного обеспечения для осуществления профессиональной деятельности; современные цифровые устройства, платформы и программное обеспечение на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.	1-78
	ОПК-6.2. Умеет: отбирать необходимое техническое оборудование и программное обеспечение для осуществления профессиональной деятельности.	
	ОПК-6.3. Владеет: способностью применять современные цифровые устройства, платформы и программное обеспечение на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.	
ОПК-7. Способен учиты- вать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, сле- дуя принципам со- циальной ответст- венности	ОПК-7.1. Знает: цеховые принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности; принципы отбора информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом.	1-78
	ОПК-7.2. Умеет: применять цеховые принципы социальной ответственности, прогнозировать типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности.	
	ОПК-7.3. Владеет: способностью осуществлять отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом.	
ПК-1.	ПК-1.1. Создает тексты рекламы и связей с общественностью	1-78

Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта	и (или) иные коммуникационные продукты с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта	
	ПК-1.2. Создает информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применяет творческие решения с учетом мирового и отечественного опыта	
	ПК-1.3. Создает основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании	
ПК-2. Способен организовывать подготовку к выпуску рекламной продукции, включая текстовые и графические материалы, в рамках традиционных и современных средств рекламы	ПК-2.1. Знает основные требования к рекламному продукту, включая текстовые и графические материалы	1-78
	ПК-2.2. Умеет организовать подготовку рекламного продукта к выпуску	
	ПК-2.3. Создает рекламный продукт различных видов, в рамках традиционных и современных средств рекламы	
ПК-3. Способен применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта	ПК-3.1. Использует основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта	1-78
	ПК-3.2. Принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта	
	ПК-3.3. Осуществляет мониторинг обратной связи с разными целевыми группами	
ПК-4. Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	ПК-4.1. Выполняет функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью	1-78
	ПК-4.2. Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии	
	ПК-4.3. Участвует в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры	

2.3. Примерный перечень вопросов и заданий к государственному экзамену

1. Рекламные носители в Интернет. Баннер как основной рекламный носитель. Классификация. Формы оплаты за баннерную рекламу.
2. Построение рекламной аргументации. Тактические приемы использования аргументов в рекламе.
3. Рекламный образ и приемы его построения.
4. Медиа-планирование: понятие, принцип отбора медианосителей. Проблемы медиапланирования в рекламе.
5. Современные тенденции использования иллюстрации и шрифта в дизайне рекламы.

6. Интернет и сетевые технологии в рекламной деятельности. Виды рекламы в Интернет.
 7. Слоган в рекламном тексте. Функции и методика создания.
 8. Разработка структуры, дизайна и контента сайта как средства продвижения компании в Интернете.
 9. Основы разработки TV и видео рекламы.
 10. Бренд: понятие, классификации бренда.
 11. Классификация программного обеспечения в рекламной деятельности. Прикладные программы офисного назначения. Специализированные пакеты программ в рекламе.
 12. Стратегия и тактика медиапланирования в рекламе.
 13. PR в рекламной кампании.
 14. Дизайн-стратегия рекламы: создание образа.
- Виды рекламного образа.
15. Информационные технологии в рекламной деятельности. Сферы практического применения.
 16. Жанры рекламы.
 17. Виды, формы, содержание, структура и композиция рекламного обращения.
 18. Радиореклама: понятие, виды, элементы. Эффективность аудиоспота.
 19. Речевое воздействие и манипулирование на различных языковых уровнях в рекламном тексте.
 20. Исторические этапы развития рекламы в России и за рубежом.
 21. Правовое регулирование рекламной деятельности.
 22. Организация специальных рекламных мероприятий: брифингов и презентаций.
 23. Масс - медиа в структуре современной рекламной коммуникации.
 24. Разработка основной идеи рекламы. Создание рекламного текста.
 25. Креатив в рекламе. Методы поиска креативной рекламной идеи. Шаблоны рекламных идей.
 26. Технология разработки и проведения рекламной кампании.
 27. Рекламное агентство: понятие, роль, функции, классификация. Организационная структура рекламного агентства.
 28. Реклама как маркетинговая коммуникация.
 29. Рекламные модели и стратегии.
 30. Основы деловой этики. Деловая этика в рекламе.
 31. Лексика рекламы: выразительные и художественно-изобразительные средства.
- Синтаксис рекламного текста.
32. Основные компоненты и особенности создания фирменного стиля (требования к брендбуку, айдентика, гайдлайн)
 33. Особенности структуры и композиция информационно-рекламных материалов.
- Основные элементы и принципы дизайна рекламного сообщения.
34. Разделы и этапы медиа-планирования рекламной деятельности.
 35. Полиграфия в рекламе.
 36. Виды рекламы: коммерческая, социальная, политическая.
 37. Фотография в рекламе.
 38. Композиция и стиль речи в рекламном обращении. Риторика.
 39. Информационное обеспечение рекламы. Информация и ее свойства. Понятие, виды и функции информации в рекламе.
 40. Роль рекламы в современном социуме. Сущность и основные функции рекламы в обществе.
 41. Композиция в дизайне рекламы.
 42. Виды рекламных исследований: изучение потребителей, исследование и анализ рынка, изучение характеристик товара.
 43. Веб-сайт компании. Бизнес-модели сайтов. Построение логической структуры сайта. Информационное наполнение сайта. Основы дизайнерских решений.
 44. Цвет в художественном дизайне. Компьютерные цветовые модели.

45. Экспертиза и оценка рекламного продукта.
46. Бренд-нейминг. Понятие и определение. Методы создания имени бренда.
47. Монтаж как технология создания телевизионного рекламного ролика.
48. Визуальные средства рекламы, технологии разработки и производства. Листовки. Буклеты. Визитные карточки. Упаковка. Этикетка. POS – материалы (вобблеры, шелфстрипы, гирлянды, флаги, мобайлы).
49. Основные принципы создания макета печатной рекламы.
50. Графический дизайн наружной рекламы. Виды наружной рекламы. Тумбы, призмaviжены, городская мебель, рекламные установки на крышах зданий. Реклама на транспорте.
51. Анимационные технологии создания рекламного продукта.
52. Стилистика языка рекламы.
53. Логотип в рекламе: понятие, основные виды, графическое исполнение.
54. Кризисные коммуникации и управление проблемными ситуациями.
55. Управление корпоративным имиджем: отношения с инвесторами, отношения с акционерами.
56. Проблема формирования и выражения общественного мнения в СО.
57. PR-бриф как инструмент стратегии и тактики при разработке PR- проекта.
58. Виды и категории целевых аудиторий в связях с общественностью.
59. Создание и сопровождение Интернет-представительства фирмы.
60. Основные организационные структуры в связях с общественностью.
61. Promo и PR-акция как инструмент маркетинговой стратегии фирмы.
62. Деловые отношения в развитии внутрифирменных (внутрикорпоративных) коммуникаций.
63. Классификация документов в связях с общественностью.
64. Управление проектами в области профессиональной деятельности. Функции PR-менеджера в работе с клиентами.
65. Правовое обеспечение связей с общественностью.
66. Источники и способы формирования баз данных при создании PR-проекта.
67. Коммуникативные приемы и современные информационные технологии в сфере связей с общественностью.
68. Масс-медиа и PR в структуре современной общественной жизни.
69. Профессиональные объединения PR-специалистов в России.
70. Техника и технология маркетингового исследования в связях с общественностью.
71. Исследование конъюнктуры рынка PR-услуг. Pest-анализ. Контент-анализ.
72. Виды СМИ в связях с общественностью, понятие «база данных целевых СМИ».
73. Исследование возможностей предприятия в связях с общественностью. Swot-анализ.
74. Виды рабочих мероприятий в связях с общественностью.
75. Общая характеристика современных российских пресс-служб.
76. Структура, функции и задачи отдела по связям с общественностью.
77. Разработка и реализация корпоративных мероприятий как технология team-building.
78. Спонсорство и благотворительность как средства PR-деятельности.
79. Назовите средства физической культуры для оптимизации работоспособности и укрепления здоровья.
80. Перечислите компоненты здорового образа жизни, обеспечивающие полноценную профессиональную деятельность.
81. Раскройте способы поддержания уровня физической подготовки, обеспечивающие полноценную профессиональную деятельность.
82. Дайте характеристику опасных и вредных факторов, действующих на рабочем месте.

83. Назовите правила техники безопасности при работе в сфере профессиональной деятельности.

84. Охарактеризуйте нормативные правовые акты, регламентирующие рекламную деятельность в Российской Федерации, федеральные государственные стандарты.

Примерное практическое задание государственного экзамена

Задания:

Разработайте рекламный бриф предложенного товара/услуги (на выбор):

- Замороженная пицца
- Замороженные десерты
- Итальянская керамическая плитка
- Освежитель воздуха
- Очиститель стекол
- Риэлтерская фирма
- Предприятие, производящее зеркала и др.

Создайте рекламное сообщение в соответствии с брифом:

- Разработайте рекламный образ и придумайте рекламного героя
- Создайте рекламный текст и слоган.

Все задания выполняются письменно на отдельном листе. Устные объяснения возможны только на вопросы членов ГЭК.

2.4. Критерии и показатели оценивания результатов государственного экзамена

Примерные критерии и показатели оценки знаний

Критерии оценки знаний: точность, полнота, характер интерпретации и грамотность изложения учебного материала (глубина понимания).

Уровень	Оценка	Показатели
III	отлично	- воспроизведение учебного материала с требуемой степенью точности; - демонстрация обучающимся знаний в объеме пройденной программы и дополнительно рекомендованной литературы; - грамотное и логически стройное изложение материала при ответе; приведение примеров, аналогий, фактов из практического опыта;
II	хорошо	- наличие несущественных ошибок, уверенно исправляемых обучающимся после дополнительных и наводящих вопросов; - демонстрация обучающимся знаний в объеме пройденной программы; - четкое изложение учебного материала;
I	удовлетворительно	- наличие несущественных ошибок в ответе, не исправляемых обучающимся; - демонстрация обучающимся не достаточно полных знаний по пройденной программе; - не структурированное, не стройное изложение учебного материала при ответе;
0	неудовлетворительно	- наличие существенных (грубых) ошибок в ответах; - демонстрация обучающимся частичных знаний по пройденной программе; - отсутствие ответа.

Примерные критерии и показатели оценки умений

Критерии оценки умений: точность и полнота.

Уровень	Оценка	Показатели
---------	--------	------------

III	отлично	- умение выполняется правильно - в соответствии с заданными требованиями к содержанию и алгоритму; - умение выполнено полностью;
II	хорошо	- наличие несущественных ошибок при выполнении умения, самостоятельно исправляемых обучающимся; - элементы умения в основном выполнены;
I	удовлетворительно	- наличие несущественных ошибок при выполнении умения, не исправляемых обучающимся; - элементы умения выполнены частично;
0	неудовлетворительно	- наличие грубых (существенных) ошибок; - умение не выполнено.

Примерные показатели оценивания результатов обучения студентов

а) «отлично» – студент показывает глубокие, исчерпывающие знания в объеме пройденной программы, уверенно действует по применению полученных знаний на практике, грамотно и логически стройно излагает материал при ответе, умеет формулировать выводы из изложенного теоретического материала, знает дополнительно рекомендованную литературу;

б) «хорошо» – студент показывает твердые и достаточно полные знания в объеме пройденной программы, допускает незначительные ошибки при освещении заданных вопросов, правильно действует по применению знаний на практике, четко излагает материал;

в) «удовлетворительно» – студент показывает знания в объеме пройденной программы, ответы излагает хотя и с ошибками, но уверенно исправляемыми после дополнительных и наводящих вопросов, правильно действует по применению знаний на практике;

г) «неудовлетворительно» – студент допускает грубые ошибки в ответе, не понимает сущности излагаемого вопроса, не умеет применять знания на практике, дает неполные ответы на дополнительные и наводящие вопросы.

2.5. Методические рекомендации выпускникам по подготовке к государственному экзамену

В Программу государственного экзамена включены основные вопросы по профильным дисциплинам.

Государственный итоговый экзамен носит комплексный характер и ориентирован на выявление целостной системы знаний в предметной области. Формируется на междисциплинарной основе, используя разделы профессиональных дисциплин, которые ориентированы непосредственно на деятельность в сфере рекламы и связей с общественностью.

Знание каждого теоретического вопроса должно сопровождаться демонстрацией умений его использования в профессиональной деятельности и владением способами и приемами интерпретации знаний и умений с целью достижения поставленных в процессе обучения задач. Таким образом осуществляется неразрывное единство усвоения программных вопросов по рекламе и связям с общественностью, осмысления их профессиональной направленности и выработки приемов владения знаниями и умениями. Такая особенность структуры программы госэкзамена требует от студентов-выпускников логически выверенной подготовки к нему, способствующей одновременному усвоению теоретических вопросов и возможности их использования в конкретной профессиональной деятельности.

Студенту рекомендуется при подготовке теоретических вопросов использовать выполненные творческие задания для иллюстрирования основных теоретических положений.

В структуру экзаменационного билета на госэкзамене входит практическое задание комплексного характера, выполнение которого позволит студенту продемонстрировать уровень способности владеть знаниями и умениями в процессе создания коммуникационного продукта.

Содержание экзаменационных вопросов доводится до студентов не позднее, чем за полгода до проведения государственного экзамена. Во время проведения экзамена выпускникам разрешается пользоваться ФГОС по направлению подготовки Реклама и связи с общественностью, программой государственного итогового экзамена. Государственный итоговый экзамен рекомендуется проводить в форме устного междисциплинарного экзамена по фондам

оценочных средств. Также предполагается оценивание членами Государственной экзаменационной комиссии результатов образования студента-выпускника на основании его портфолио и индивидуального мониторинга качества результатов образования. В результате членами Государственной экзаменационной комиссии устанавливается уровень подготовки выпускника к выполнению профессиональных задач.

2.6. Список рекомендуемой учебно-методической литературы, Интернет-ресурсов

Основная литература

1. Цветкова, Г.С. Рекламный менеджмент : учебное пособие / Г.С. Цветкова ; Министерство науки и высшего образования Российской Федерации, Поволжский государственный технологический университет. – Йошкар-Ола : Поволжский государственный технологический университет, 2018. – 108 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=494305>. – Библиогр.: с. 99-101. – ISBN 978-5-8158-1998-6. – Текст : электронный.
2. Шпаковский, В.О. Организация и проведение рекламных мероприятий посредством BTL-коммуникаций : учебное пособие / В.О. Шпаковский, Н.М. Чугунова, И.В. Кирильчук. – 3-е изд. – Москва : Дашков и К°, 2017. – 128 с. : табл., схем. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=452651>. – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-02168-8. – Текст : электронный.
3. Сердобинцева, Е.Н. Структура и язык рекламных текстов : учебное пособие / Е.Н. Сердобинцева. – 4-е изд., стер. – Москва : Флинта, 2016. – 161 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=57575>. – Библиогр.: с. 128-129. – ISBN 978-5-9765-0910-8. – Текст : электронный.
4. Шарков, Ф.И. Коммуникология: коммуникационный консалтинг / Ф.И. Шарков. – Москва : Дашков и К°, 2016. – 407 с. : табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=453046>. – Библиогр.: с. 375-379. – ISBN 978-5-394-01969-2. – Текст : электронный.
5. Кузнецов, П.А. Современные технологии коммерческой рекламы : практическое пособие / П.А. Кузнецов. – Москва : Дашков и К°, 2018. – 296 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=496073>. – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-01068-2. – Текст : электронный.
6. Социальная реклама : учебное пособие / Л.М. Дмитриева, Ю.С. Вернадская, Т.А. Костылева и др. ; ред. Л.М. Дмитриева. – Москва : Юнити, 2015. – 271 с. : схем., табл., ил. – (Азбука рекламы). – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=118141>. – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-238-01544-6. – Текст : электронный.
7. Шарков, Ф.И. Константы гудвилла: стиль, паблисити, репутация, имидж и бренд фирмы : учебное пособие / Ф.И. Шарков. – 3-е изд. – Москва : Дашков и К°, 2015. – 272 с. : табл., ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=452896>. – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-02075-9. – Текст : электронный.
8. Кузнецов, П.А. Политическая реклама: Теория и практика / П.А. Кузнецов. – Москва : Юнити, 2015. – 127 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=116754>. – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-238-01830-0. – Текст : электронный.
9. Маркетинг PR и рекламы : учебник / И.М. Синяева, В.М. Маслова, О.Н. Романенкова, В.В. Синяев ; под ред. И.М. Синяевой. – Москва : Юнити, 2015. – 495 с. : табл., ил., схемы – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114709>. – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-238-02194-2. – Текст : электронный.
10. Джафаров, К.А. Исследования в рекламе : учебное пособие / К.А. Джафаров. – Новосибирск : Новосибирский государственный технический университет, 2010. – 92 с. – Режим доступа: по подписке. –

- URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=228957> . – ISBN 978-5-7782-1462-0. – Текст : электронный.
11. Годин, А.М. Бренддинг : учебное пособие / А.М. Годин. – 4-е изд. – Москва : Дашков и К°, 2016. – 184 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=453899> . – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-02629-4. – Текст : электронный.
 12. Кашаева, Е.Ю. Теория и практика спичрайтинга: учебник для бакалавров : [16+] / Е.Ю. Кашаева, Л.Г. Павлова ; Южный федеральный университет. – Ростов-на-Дону ; Таганрог : Южный федеральный университет, 2019. – 318 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=598561> . – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-9275-3214-8. – Текст : электронный.
 13. Дымова, С.С. Введение в рекламу и PR : учебное пособие : [16+] / С.С. Дымова, В.С. Матюшкин, В.Ю. Филин ; Институт бизнеса и дизайна. – Москва : Институт Бизнеса и Дизайна, 2019. – 130 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=572919> . – Библиогр.: 122-123. – ISBN 978-5-6042873-3-0. – Текст : электронный.
 14. Ежова, Е.Н. Лингвистика рекламного текста / Е.Н. Ежова ; Северо-Кавказский федеральный университет. – Ставрополь : Северо-Кавказский Федеральный университет (СКФУ), 2018. – 211 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=562842> . – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-9296-0937-4. – Текст : электронный.

Дополнительная литература

15. Рекламный дискурс и рекламный текст: коллективная монография / науч. ред. Т.Н. Колокольцева. – 3-е изд., стер. – Москва : Флинта, 2016. – 297 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=83209> . – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-9765-1112-5. – Текст : электронный.
16. Протасова, О.Л. Связи с общественностью и имидж в политической сфере российского общества : учебное пособие / О.Л. Протасова, Э.В. Бикбаева, М.Д. Наумова ; Тамбовский государственный технический университет. – Тамбов : Тамбовский государственный технический университет (ТГТУ), 2015. – 83 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=445035> . – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-8265-1383-5. – Текст : электронный.
17. Кириллова, Н.Б. Медиакультура и основы медиаменеджмента : учебное пособие : [16+] / Н.Б. Кириллова. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2020. – 185 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=597869> . – Библиогр.: с. 168-171. – ISBN 978-5-4499-1563-4. – Текст : электронный.
18. Овчинникова, Р.Ю. Дизайн в рекламе: основы графического проектирования / Р.Ю. Овчинникова ; ред. Л.М. Дмитриева. – Москва : Юнити, 2015. – 239 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=115010> . – ISBN 978-5-238-01525-5. – Текст : электронный.

Периодические издания

1. Практика рекламы.
2. Рекламные технологии
3. Советник
4. Со-общение
5. PR в России
6. Пресс-служба

РЕСУРСЫ СЕТИ «ИНТЕРНЕТ»

Электронные научные библиотеки и каталоги открытого доступа

<http://www.biblioclub.ru> – Электронная библиотечная система «Университетская библиотека онлайн»

<http://elibrary.ru> – Научная электронная библиотека, система РИНЦ.

<http://www.dissser.h10.ru/> – Библиотека диссертаций.

<http://vak.ed.gov.ru/> – Официальный сайт Высшей аттестационной комиссии, где можно ознакомиться с авторефератами диссертаций.
<http://ellib.gpntb.ru/> – Электронная библиотека ГПНТБ России.
<http://cyberleninka.ru/about> – Научная библиотека открытого доступа «КиберЛенинка».
<http://www.scintific.narod.ru/index.htm> – Каталог научных ресурсов.
<http://neicon.ru> – Национальный электронно-информационный консорциум НЭИКОН.
<http://uisrussia.msu.ru> – Университетская информационная система РОССИЯ.
<http://www.gumer.info/page.php> – библиотека Гуммер – электронная библиотека для студентов и преподавателей.

Ресурсы по рекламе и связям с общественностью

<http://pr-life.ru/> - информационный портал для PR-специалиста
 AdMarket.ru : профессионально о стратегических коммуникациях: [информационный портал] [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.admarket.ru>
 Индустрия рекламы : клиент, креатив, сми: [интернет-версия журнала] [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.ir-magazine.ru>
 Энциклопедия интернет-рекламы / под ред. Т. Бокарева [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.book.promo.ru>
 Advertising.ru : [Российский информационный портал о рекламе] [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.Advertising.ru>
 Sostav.RU : маркетинг, реклама, PR : [информационный портал] [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.sostav.ru>
 4p Маркетинг : маркетинг-журнал [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.4p.ru>
 Ambience.ru/color - Сервис по подбору корректной гаммы цветов для презентации.

3. ПРОГРАММА ЗАЩИТЫ ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЫ (ВКР)

3.1. Цель и задачи ВКР

Выпускная квалификационная работа – это квалификационное, комплексное научное исследование, являющееся заключительным этапом обучения студентов по образовательной программе.

Целью и задачами ВКР являются: систематизация, закрепление и расширение теоретических и практических знаний по направлению подготовки и применение этих знаний при решении конкретных научно-практических задач; овладение методологией научного исследования и методикой экспериментальной деятельности при решении проблем в области русской филологии (русского языка и литературы); формирование готовности выпускников к осуществлению самостоятельной исследовательской деятельности.

3.2. Компетенции обучающегося, выносимые на защиту ВКР

Универсальные компетенции выпускников и индикаторы их достижения

Код и наименование универсальной компетенции	Код и наименование индикатора достижения универсальной компетенции
УК-1. Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	УК-1.1. Знает: методы критического анализа и оценки современных научных достижений; основные принципы критического анализа.
	УК-1.2. Умеет: выбирать источники информации, адекватные поставленным задачам и соответствующие научному мировоззрению; рассматривать различные точки зрения на поставленную задачу в рамках научного мировоззрения и определять рациональные идеи; анализировать задачу, выделяя этапы её решения, действия по решению задачи; получать новые знания на основе анализа, синтеза и других методов.
	УК-1.3.

	Владеет: исследованием проблем профессиональной деятельности с применением анализа, синтеза и других методов интеллектуальной деятельности; выявлением научных проблем и использованием адекватных методов для их решения; демонстрацией оценочных суждений в решении проблемных профессиональных ситуаций.
УК-2. Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	УК-2.1. Знает: юридические основания для организации деятельности и представления её результатов; правовые нормы, предъявляемые к способам решения профессиональных задач, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений; правовые нормы для оценки результатов решения задач.
	УК-2.2. Умеет: формулировать задачи в соответствии с целью проекта; определять имеющиеся ресурсы для достижения цели проекта; проверять и анализировать профессиональную документацию; выдвигать инновационные идеи и нестандартные подходы к их реализации в целях реализации деятельности; анализировать нормативную документацию.
	УК-2.3. Владеет: навыками аргументированного отбора и реализации различных способов решения задач в рамках цели проекта; публичного представления результатов решения задач исследования, проекта, деятельности.
УК-6. Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни	УК-6.1. Знает: основы саморазвития, самореализации, использования творческого потенциала собственной деятельности; основные научные школы психологии; деятельностный подход в исследовании личностного развития; технологию и методику самооценки; теоретические основы акмеологии, уровни анализа психических явлений.
	УК-6.2. Умеет: создавать и достраивать индивидуальную траекторию саморазвития при получении профессионального образования; определять свои личные ресурсы, возможности и ограничения для достижения поставленных и перспективных целей, приоритеты профессиональной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки; планировать самостоятельную деятельность в решении профессиональных задач.
	УК-6.3. Владеет: навыками определения эффективного направления действий в области профессиональной деятельности, перспективных целей деятельности с учётом личностных возможностей, требований рынка труда; способами принятия решений на уровне собственной профессиональной деятельности; навыками планирования этапов карьерного роста.

Общепрофессиональные компетенции выпускников и индикаторы их достижения

Код и наименование общепрофессиональной компетенции	Код и наименование индикатора достижения общепрофессиональной компетенции
ОПК-1. Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродук-	ОПК-1.1. Знает: отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ; особенности текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов .

ты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	ОПК-1.2. Умеет: выявлять отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ; осуществлять подготовку текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем
	ОПК-1.3. Владеет: приемами создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем.
ОПК-2. Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	ОПК-2.1. Знает: систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития;
	ОПК-2.2. Умеет: реализовать принцип объективности в создаваемых текстах и (или) продуктах при освещении деятельности общественных и государственных институтов.
	ОПК-2.3. Владеет: способностью учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов.
ОПК-3. Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	ОПК-3.1. Знает: особенности отечественного и мирового культурного процесса; достижения отечественной и мировой культуры.
	ОПК-3.2. Умеет: определять особенности отечественного и мирового культурного процесса; учитывать достижения отечественной и мировой культуры.
	ОПК-3.3. Владеет: способностью учитывать достижения отечественной и мировой культуры, а также средства художественной выразительности в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.
ОПК-4. Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	ОПК-4.1. Знает: планируемые результаты профессиональной деятельности в соответствии с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп; основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности, основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.
	ОПК-4.2. Умеет: соотносить социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп.
	ОПК-4.3. Владеет: способностью использовать основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности, учитывать основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.
ОПК-5. Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития ме-	ОПК-5.1. Знает: совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях; специфику коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной

диакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	медиакоммуникационной системы.
	ОПК-5.2. Умеет: определять совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях.
	ОПК-5.3. Владеет: способностью осуществлять свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы.
ОПК-6. Способен использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии	ОПК-6.1. Знает: принципы отбора необходимого технического оборудования и программного обеспечения для осуществления профессиональной деятельности; современные цифровые устройства, платформы и программное обеспечение на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.
	ОПК-6.2. Умеет: отбирать необходимое техническое оборудование и программное обеспечение для осуществления профессиональной деятельности.
	ОПК-6.3. Владеет: способностью применять современные цифровые устройства, платформы и программное обеспечение на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.
ОПК-7. Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности	ОПК-7.1. Знает: цеховые принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности; принципы отбора информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом.
	ОПК-7.2. Умеет: применять цеховые принципы социальной ответственности, прогнозировать типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности.
	ОПК-7.3. Владеет: способностью осуществлять отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом.

Профессиональные компетенции выпускников и индикаторы их достижения

Код и наименование профессиональной компетенции	Код и наименование индикатора достижения профессиональной компетенции
ПК-1. Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других	ПК-1.1. Создает тексты рекламы и связей с общественностью и (или) иные коммуникационные продукты с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта
	ПК-1.2. Создает информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применяет творческие решения с учетом мирового и отечественного опыта

медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта	ПК-1.3. Создает основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании
ПК-2. Способен организовывать подготовку к выпуску рекламной продукции, включая текстовые и графические материалы, в рамках традиционных и современных средств рекламы	ПК-2.1. Знает основные требования к рекламному продукту, включая текстовые и графические материалы
	ПК-2.2. Умеет организовать подготовку рекламного продукта к выпуску
	ПК-2.3. Создает рекламный продукт различных видов, в рамках традиционных и современных средств рекламы
ПК-3. Способен применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта	ПК-3.1. Использует основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта
	ПК-3.2. Принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта
	ПК-3.3. Осуществляет мониторинг обратной связи с разными целевыми группами
ПК-4. Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	ПК-4.1. Выполняет функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью
	ПК-4.2. Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии
	ПК-4.3. Участвует в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры

3.3. Методические рекомендации по подготовке и защите ВКР

Бакалаврская работа представляет собой как теоретическое, связанное с анализом и обобщением известных теоретических и (или) экспериментальных результатов в области знаний соответствующего направления подготовки, так и собственное эмпирическое исследование. Содержание бакалаврской работы должно соответствовать требованиям образовательного стандарта направления подготовки, рекомендациям соответствующего УМО и методическим рекомендациям по выполнению ВКР выпускающей кафедры.

Бакалаврские работы могут основываться на обобщении выполненных курсовых работ и проектов.

Обучающийся выполняет работу самостоятельно под руководством научного руководителя. Обучающийся обязан:

- придерживаться согласованного с научным руководителем календарного плана выполнения ВКР;
- регулярно отчитываться перед научным руководителем о степени готовности работы;
- соблюдать все требования, предъявляемые к написанию и оформлению ВКР;
- представить подписанную обучающимся и консультантом (при наличии) ВКР научному руководителю не менее чем за шесть недель до начала государственной итоговой аттестации.

Обучающийся несёт полную ответственность за самостоятельность и достоверность проведённого исследования.

Требования к структуре и содержанию ВКР

1. ВКР должна полностью соответствовать утвержденной теме исследования, содержать элементы новизны, быть актуальной, иметь теоретическую и практическую значимость.

2. Как правило, работа имеет следующую структуру: титульный лист, содержание, введение, основной текст, заключение, список используемых источников, приложения.

3. Титульный лист содержит реквизиты: МИНОБРНАУКИ РФ, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Брянский государственный университет имени академика И.Г. Петровского», название института, факультета, кафедры, наименование темы ВКР, фамилию, имя, отчество автора работы с указанием направления и направленности (профиля) подготовки, курса, группы, формы обучения; ученую степень, звание, должность, инициалы и фамилию научного руководителя, консультанта (при наличии).

Образец титульного листа представлен в «Методических рекомендациях по подготовке и защите ВКР».

4. Содержание включает названия разделов, подразделов работы с указанием страницы начала каждой части. Введение содержит научное обоснование проблемы, ее актуальность, объект и предмет исследования, цель и задачи исследования, гипотезу, структуру и методы исследования, определение теоретической и (или) практической значимости работы.

5. Основной текст представлен, как правило, теоретическим и эмпирическим разделами. Их должно быть не менее двух. В каждом разделе излагается самостоятельный вопрос изучаемой темы. Подразделы по содержанию должны быть логически связаны между собой и завершаться выводами.

6. В заключении содержатся выводы по работе в целом, перспективы дальнейшего изучения, связь с практикой.

7. Список используемых источников оформляется в соответствии с требованиями ГОСТа к оформлению библиографии; в нем указываются все использованные обучающимся источники научной и технической литературы и документации, Интернет-ресурсы. Все использованные в работе материалы и положения из опубликованной научной и учебной литературы, других информационных источников обязательно должны иметь на них ссылки.

8. В приложение входят таблицы, схемы, графики, диаграммы, анкеты и другие материалы, иллюстрирующие или подтверждающие основные теоретические положения и выводы.

9. ВКР рекомендуется представлять в объеме не менее 50 страниц без приложений.

10. Содержание ВКР должно соответствовать требованиям ФГОС ВО и включать в себя:

- обоснование выбора предмета и постановку задачи исследования, выполненные на основе обзора литературы, в том числе с учетом периодических научных изданий;
- теоретическую и (или) экспериментальную части, включающие методы и средства исследований;
- результаты, полученные в ходе подготовки ВКР, имеющие научную новизну, теоретическое, прикладное и (или) научно-методическое значение;
- отвечать четкому построению и логической последовательности изложения материала;
- выполняться с использованием современных методов и моделей, а при необходимости с привлечением специализированных пакетов компьютерных программ, графического материала (таблицы, иллюстрации и пр.);
- выводы и рекомендации;
- список использованной литературы и других источников, а также библиографический перечень публикаций автора по теме исследования;
- приложения (при необходимости).

Порядок выполнения выпускной квалификационной работы

Выполнение выпускной квалификационной работы включает следующие этапы выполнения:

- 1) определение и согласование темы с руководителем, ее утверждение в установленном порядке;
- 2) составление задания и календарного плана выполнения ВКР;
- 3) поиск и анализ литературы по изучаемой проблеме;
- 4) конкретизация объекта и предмета исследования;
- 5) постановка цели, задачи исследования;
- 6) планирование эмпирического исследования, выбор методик и методов;
- 7) проведение исследования и сбор фактического материала;
- 8) анализ данных;
- 9) обсуждение и интерпретация результатов;
- 10) формулировка выводов.

Подготовка письменного проекта работы предполагает поэтапное представление частей (глав, параграфов) исследования, доработку первоначальных вариантов с учетом замечаний руководителя.

Работа с литературой должна осуществляться еще в процессе выбора темы. Студент подбирает литературу самостоятельно, консультируясь с руководителем. Первоначальный список источников расширяется по мере исследования проблемы. Список использованных источников должен отражать степень компетентности студента в исследуемой проблеме. Объем списка использованных источников при написании ВКР – не менее 40. Обязательным условием является использование литературы, изданной за последние 5 лет. Данное требование касается монографий, научных статей.

Подготовка к выполнению ВКР требует от студента прежде всего выяснить цель и задачи исследования. Именно это требование определяет структуру ВКР, которая в процессе работы может уточняться, детализироваться, но в своей основе сохраняться. Как правило, в качестве тем ВКР предлагаются такие, которые рассчитаны на исследование специфических особенностей формирования и продвижения бренда, языковых особенностей рекламных и PR-коммуникаций, тенденций развития медиакоммуникационных систем региона.

Анализ изученного по теме материала составляет, как правило, содержание первой главы ВКР, в которой излагаются теоретические проблемы исследования. Теоретическая часть включает теоретическое обоснование будущих выводов, предложений и обобщений, представляет дискурс отечественных и зарубежных авторов по исследуемой проблеме, существующую методологию вопроса, освещает отечественный и зарубежный опыт, рассматривает эволюцию проблемы, демонстрирует собственную эрудицию, умение моделировать проблему и использовать факторный анализ в различных перспектах проблемы.

Практическая глава ВКР включает анализ и описание результатов социологических и маркетинговых исследований, проведенных при участии автора во время производственных практик или в рамках научных направлений разрабатываемых на кафедре. Возможен вторичный анализ эмпирических данных, полученный другими исследователями и научно – исследовательскими организациями. Эмпирическое исследование для дипломной работы может иметь и характер примера, главное назначение которого проиллюстрировать основной материал, показать, что студент владеет исследовательским инструментарием, применяет при анализе компьютерные технологии, умеет пользоваться современными рекламными технологиями.

Требования к оформлению ВКР

1. Текст ВКР выполняют с использованием компьютера на одной стороне листа белой бумаги, формата А4, шрифт - Times New Roman 14-го размера, межстрочный интервал - 1,5. Номер страницы проставляют в правом нижнем углу листа. Страницы текстового материала следует нумеровать арабскими цифрами, соблюдая сквозную нумерацию по всему докумен-

ту. Титульный лист текстового документа включают в общую нумерацию страниц. Номер страницы на титульном листе не проставляют. Расстояние от края бумаги до границ текста следует оставлять: в начале строк - 30 мм; в конце строк - 10 мм; от верхней или нижней строки текста до верхнего или нижнего края бумаги - 20 мм. Размер абзацного отступа должен быть одинаковым по всему тексту работы и равным 12,5 мм.

2. Разделы должны иметь порядковые номера в пределах всей ВКР, обозначенные арабскими цифрами. Подразделы должны иметь нумерацию в пределах каждого раздела. Номера подразделов состоят из номера раздела и подраздела, разделенных точкой. В конце номера подраздела точка не ставится. Нумерация пунктов должна состоять из номера раздела, подраздела и пункта, разделенных точкой. Заголовок разделов, подразделов и пунктов следует печатать с абзацного отступа, с прописной буквы, без точки в конце, не подчеркивая. Заголовки структурных элементов располагают симметрично тексту и отделяют от текста интервалом в одну строку. Расстояние между заголовком и текстом должно быть равно 2 интервалам. Расстояние между заголовками раздела и подраздела - 1 интервал.

3. Список использованных источников должен быть оформлен в соответствии с ГОСТом «Библиографическая запись. Библиографическое описание».

4. Графическая часть ВКР (чертежи, схемы и т. п.) выполняется с соблюдением соответствующих государственных стандартов. Каждое приложение должно начинаться с нового листа с указанием сверху листа по центру слова «Приложение» и иметь тематический заголовок.

Порядок проведения защиты ВКР

1. К защите ВКР допускаются лица, представившие работу, удовлетворяющую предъявляемым требованиям, имеющие допуск к государственной итоговой аттестации, успешно сдавшие государственные экзамены (при наличии). В случае неявки на государственный экзамен по неуважительной причине или в связи с получением оценки «неудовлетворительно» издаётся распоряжение по факультету о недопуске к защите ВКР.

2. Не менее чем за 1,5 месяца до начала государственной итоговой аттестации на выпускающей кафедре проводится публичная предварительная защита работы, результаты которой фиксируются в протоколе заседания выпускающей кафедры.

Выполненная ВКР, подписанная обучающимся, руководителем, не позднее, чем за 2 недели до начала государственной итоговой аттестации проверяется на объём заимствования в системе «Антиплагиат».

3. Защита ВКР проводится на открытом заседании государственной экзаменационной комиссии с участием не менее двух третей её состава.

4. Примерный порядок защиты ВКР:

- председатель ГЭК объявляет о начале работы комиссии;
- информирует о присутствии на защите членов ГЭК и других лиц;
- объявляет тему и руководителя, предоставляет слово для защиты квалификационной работы выпускнику.

Выпускник делает цельное сжатое выступление в пределах 15 минут, включающее обоснование актуальности темы, цели и задачи, перечень основных проблем, объект, предмет, методы исследования, объявляет полученные теоретические практические результаты, итоги выполненного исследования. При защите коллективных работ каждый участник коллектива делает доклад, отражающий его личный вклад в подготовку и выполнение ВКР.

По окончании сообщения обучающийся отвечает на вопросы по содержанию выполненного исследования.

Далее заслушивается (зачитывается) отзыв научного руководителя. Затем автор ВКР высказывает мнение по поводу замечаний, имеющих в отзыве. После этого возможна дискуссия по результатам исследования.

5. Требованием к процедуре защиты ВКР является использование информационных технологий, презентации.

6. Государственная экзаменационная комиссия на закрытом заседании принимает решение об оценке квалификационной работы простым большинством голосов членов комис-

сии, участвующих в заседании. При равном числе голосов мнение председателя является решающим. При защите коллективных работ каждый участник проекта получает индивидуальную оценку. Результаты решения ГЭК протоколируются и объявляются выпускникам в день защиты.

7. Результаты защиты выпускных квалификационных работ определяются оценками «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно» и объявляются выпускникам непосредственно после защиты ВКР и оформляются в установленном порядке в протоколах заседаний государственной экзаменационной комиссии и зачетных книжках обучающихся.

8. Обучающийся имеет право подать в апелляционную комиссию письменную апелляцию о нарушении, по его мнению, установленной процедуры проведения защиты ВКР.

Апелляция подается лично обучающимся в апелляционную комиссию не позднее следующего рабочего дня после объявления результатов защиты ВКР.

Апелляция рассматривается не позднее 2 рабочих дней со дня подачи апелляции на заседании апелляционной комиссии, на которое приглашаются председатель государственной экзаменационной комиссии и обучающийся, подавший апелляцию.

Решение апелляционной комиссии доводится до сведения обучающегося, подавшего апелляцию, в течение 3 рабочих дней со дня заседания апелляционной комиссии.

9. Выпускнику, не защитившему ВКР в установленный срок по уважительной причине (временная нетрудоспособность, исполнение общественных или государственных обязанностей, вызов в суд, транспортные проблемы (отмена рейса, отсутствие билетов), погодные условия или чрезвычайные семейные обстоятельства), вправе пройти ее в течение 6 месяцев после завершения государственной итоговой аттестации.

Обучающийся должен представить в Университет документ, подтверждающий причину его отсутствия.

Обучающийся, не сдавший государственный экзамен (при наличии) по уважительной причине, допускается к защите ВКР.

10. Обучающиеся, не прошедшие государственное аттестационное испытание в связи с неявкой на защиту ВКР по неуважительной причине или в связи с получением оценки «неудовлетворительно» отчисляются из Университета с выдачей справки об обучении как не выполнившие обязанностей по добросовестному освоению образовательной программы и выполнению учебного плана.

ВКР, по результатам защиты которой комиссия вынесла отрицательное решение, может быть представлена к повторной защите не ранее, чем через год и не позднее чем через пять лет после срока проведения государственной итоговой аттестации.

При повторном прохождении государственной итоговой аттестации по желанию обучающегося решением Университета ему может быть установлена иная тема выпускной квалификационной работы.

3.4. Критерии и показатели оценки результатов защиты ВКР

Критерии оценки ВКР в обязательном порядке должны учитывать:

- актуальность темы исследования;
- выполнение требований к объёму и оформлению ВКР;
- соответствие структуры ВКР цели и задачам работы;
- глубину освещения темы, уровень творчества.

Критерии оценки ВКР должны соотноситься с оценками «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

Оценка «отлично» выставляется при максимальной оценке всех вышеизложенных параметров.

Оценка «хорошо» выставляется за незначительные погрешности в каком-либо параметре.

Оценка «удовлетворительно» выставляется за серьезные недостатки в одном или нескольких параметрах.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется за несоответствие ВКР нижеизложенным требованиям.

«Отлично» (высокий уровень сформированности компетенций)	«Хорошо» (продвинутый уровень сформированности компетенций)	«Удовлетворительно» (базовый уровень сформированности компетенций)	«Неудовлетворительно» (низкий уровень сформированности компетенций)
1. Актуальность темы исследования			
Актуальность темы всесторонне аргументирована, чётко определены цель и задачи исследования.	Актуальность темы аргументирована, чётко определены цель и задачи работы.	Актуальность темы аргументирована, но нечётко определены цель и задачи исследования.	Актуальность темы исследования недостаточно аргументирована, нечётко определены цели и задачи исследования.
2. Выполнение требований к объёму и оформлению, соответствие структуры цели и задача работы			
Объём и оформление работы соответствуют всем требованиям положения и методическим рекомендациям.	Объём и оформление работы соответствуют основным требованиям положения и методическим рекомендациям.	Объём и оформление работы не в полной мере соответствуют основным требованиям положения и методическим рекомендациям.	Объём и оформление работы не соответствуют основным требованиям положения и методическим рекомендациям.
3. Глубина освещения темы, уровень творчества			
Автор использует разнообразные методы исследования, адекватные поставленным задачам, умеет анализировать и обобщать профессиональный опыт. В результате исследования получены объективные данные; изложение носит ярко выраженный реконструктивный характер, выводы и предложения соответствуют цели и задачам исследования. Выдержана норма оригинальности ВКР (в системе «Антиплагиат»).	Автор грамотно использует методы исследования, умеет анализировать и обобщать профессиональный опыт. Изложение носит реконструктивный характер; выводы и предложения соответствуют цели и задачам. Выдержана норма оригинальности ВКР (в системе «Антиплагиат»).	Автор слабо владеет методами исследования, поверхностно анализирует передовой опыт. Выводы и предложения не трансформируются в технологию, рекомендации по их реализации. Выдержана норма оригинальности ВКР (в системе «Антиплагиат»).	Автор слабо владеет методами исследования, не может привести примеры передового опыта в области исследования. Не выдержана норма оригинальности ВКР (в системе «Антиплагиат»).
4. Уровень защиты выпускной работы			
Работа выполнена в соответствии с графиком. В сообщении автора проявилось умение выбирать наиболее значимые теоретические положения и	Работа выполнена в соответствии с графиком. В выступлении автор отразил наиболее значимые результаты исследования. Выпускник достаточно уверенно	График выполнения работы нарушен. Автор не смог в своём выступлении раскрыть главные достоинства своей работы. Ответы на вопросы недостаточно убедительны, иногда	Работа выполнена с серьёзным нарушением графика. Автор не смог в своём выступлении аргументировано объяснить результаты своей работы. Автор не ответил на

практические результаты своей работы. Речь выпускника грамотна.	ответил на вопросы членов ГЭК, но некоторые ответы носили общий характер.	уклончивы.	вопросы членов ГЭК.
Студент может свободно вести научную дискуссию по теме исследования. Выступление убедительно иллюстрировалось уместными схемами, таблицами и др. Соблюден регламент выступления.	В выступлении присутствует иллюстративно-демонстрационный материал, но не полностью отражает характер работы. Соблюден регламент выступления.	В выступлении отсутствовал иллюстративно-демонстрационный материал, хотя характер работы предполагал его изготовление и применение. Регламент выступления соблюден.	В выступлении отсутствовал иллюстративно-демонстрационный материал, хотя характер работы предполагал его изготовление (наличие) и применение. Регламент выступления не соблюден.

**Примерные показатели качества ВКР и её защиты,
(оценка по 5-балльной шкале (2, 3, 4, 5))**

№ п/п	Ф. И. О. студента	Обоснование актуальности темы	Уровень теоретической проработки проблемы	Уровень научно-исследовательской проработки проблемы	Уровень использования информационных технологий	Уровень апробации работы, публикации	Качество графического материала	Качество доклада	Обоснованность выводов по работе	Аргументированность ответов на вопросы	Эрудиция и знания в профессиональной области деятельности	Количество набранных баллов	Итоговая оценка
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	
1													
2													
...													

3.5. Список рекомендуемой учебно-методической литературы, Интернет-ресурсов

Основная литература:

1. Котюрова М.П. Культура научной речи: текст и его редактирование / М.П. Котюрова, Е.А. Баженова. – М.: Флинта, 2016. – 281 с. URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=79352> – Текст : электронный.

2. Кузнецов И.Н. Основы научных исследований : учебное пособие / И.Н. Кузнецов. – 3-е изд. – М. : Дашков и К°, 2017. – 283 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=450759>. – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-02783-3. – Текст : электронный.

3. Пещеров Г.И. Методология научного исследования: учебное пособие: / Г.И. Пещеров; Институт мировых цивилизаций. – М.: Институт мировых цивилизаций, 2017. – 312 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=598470>– Библиогр.: с. 242 - 245. – ISBN 978-5-9500469-0-2. – Текст : электронный.

Дополнительная литература:

1. Егошина И.Л. Методология научных исследований: учебное пособие / И.Л. Егошина; Поволжский государственный технологический университет. – Йошкар-Ола: Поволжский государственный технологический университет, 2018. – 148 с. –URL:

<http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=494307> – Библиогр.: с. 133. – ISBN 978-5-8158-2005-0. – Текст : электронный.

2. Дмитриева, Л.М. Дипломная работа специалиста по рекламе : учебное пособие / Л.М. Дмитриева, Т.А. Костылева, И.Г. Пендикова ; ред. Л.М. Дмитриева. – Москва : Юнити, 2015. – 135 с. : табл., граф. – (Азбука рекламы). – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=115036> . – Библиогр.: с. 42. – ISBN 978-5-238-01683-2. – Текст : электронный.

3. Марусева, И.В. Дипломное проектирование в области PR и рекламы : учебное пособие / И.В. Марусева. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2014. – Ч. 1. Теоретические основы дипломного проектирования: рынок, PR и реклама. – 363 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=253699> . – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-4475-2494-4. – DOI 10.23681/253699. – Текст : электронный.

ГОСТ по оформлению библиографических записей

1. ГОСТ Р 7.0.5-2008. БИБЛИОГРАФИЧЕСКАЯ ССЫЛКА. Общие требования и правила составления. – URL : [http:// protect.gost.ru/](http://protect.gost.ru/)

2. ГОСТ 7.1-2003. Библиографическая запись. Библиографическое описание. – М.: Изд-во стандартов, 2004. – 165 с.

3. ГОСТ 7.82-2001. Библиографическая запись. Библиографическое описание электронных ресурсов. Общие требования и правила составления. Введ. 2002-07-01. – М.: Изд-во стандартов, 2001. – 23 с.

4. ГОСТ 7.32-2001. Отчет о научно-исследовательской работе. Структура и правила оформления. Взамен ГОСТ 7.32-91; введ. 2002-07-01. – М.: Изд-во стандартов, 2001. – 16 с.

Специальная литература, соответствующая направленности (профилю) подготовки и теме ВКР, дополнительно рекомендуется научным руководителем.

Периодические издания

1. Практика рекламы.
2. Рекламные технологии
3. Советник
4. Со-общение
5. PR в России
6. Пресс-служба

РЕСУРСЫ СЕТИ «ИНТЕРНЕТ»

Электронные научные библиотеки и каталоги открытого доступа

<http://www.biblioclub.ru> –Электронная библиотечная система «Университетская библиотека онлайн»

<http://docs.cntd.ru/document/gost-r-7-0-5-2008> - Система стандартов по информации, библиотечному и издательскому делу. Библиографическая ссылка. Общие требования и правила составления.

<http://elibrary.ru> – Научная электронная библиотека, система РИНЦ.

<http://www.disser.h10.ru/> – Библиотека диссертаций.

<http://vak.ed.gov.ru/> – Официальный сайт Высшей аттестационной комиссии, где можно ознакомиться с авторефератами диссертаций.

<http://ellib.gpntb.ru/> – Электронная библиотека ГПНТБ России.

<http://cyberleninka.ru/about> – Научная библиотека открытого доступа «КиберЛенинка».

<http://www.scintific.narod.ru/index.htm> – Каталог научных ресурсов.

<http://neicon.ru> – Национальный электронно-информационный консорциум НЭИКОН.

<http://uisrussia.msu.ru> – Университетская информационная система РОССИЯ

Ресурсы по рекламе и связям с общественностью

<http://pr-life.ru/> - информационный портал для PR-специалиста

AdMarket.ru : профессионально о стратегических коммуникациях: [информационный портал] [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.admarket.ru>

Индустрия рекламы : клиент, креатив, сми: [интернет-версия журнала] [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.ir-magazine.ru>
Энциклопедия интернет-рекламы / под ред. Т. Бокарева [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.book.promo.ru>
Advertising.ru : [Российский информационный портал о рекламе] [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.Advertising.ru>
Sostav.RU : маркетинг, реклама, PR : [информационный портал] [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.sostav.ru>
4p Маркетинг : маркетинг-журнал [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.4p.ru>
Ambience.ru/color - Сервис по подбору корректной гаммы цветов для презентации.

4. ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ, ВКЛЮЧАЯ ПЕРЕЧЕНЬ ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ И ИНФОРМАЦИОННЫХ СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМ (ИС)

В процессе реализации программы ГИА используется компьютерное оборудование, снабженное соответствующим программным обеспечением:

Программное обеспечение Office Professional 2007

Программное обеспечение Windows Server 2012

Мультимедийный программно-аппаратный комплекс

Программный пакет для работы с векторной графикой

CorelDRAW Graphics Suite 2017

Антивирусное программное обеспечение Kaspersky Endpoint Security для бизнеса – Стандартный Russian Edition. 500-999 Node 1 year Educational Renewal

Продление подписки на программное обеспечение «Антиплагиат»

Программное обеспечение (VipNET, SecretNET) для обеспечения подключения к единой государственной информационной системе мониторинга процессов аттестации научных и научно-педагогических кадров высшей квалификации (ЕГИСМ).

Электронная поддержка дисциплины осуществляется в электронной образовательной среде обучения для проработки отдельных тем, выполнения заданий, обмена информацией с преподавателем.

В качестве системы управления электронной системой обучением (далее – ЭСО) в БГУ используется система MOODLE (<https://eso-brgu.ru>); порядок применения университетом ЭСО, представляющей собой целостную образовательную среду для электронного обучения с применением дистанционных образовательных технологий, определяется локальным нормативным актом (Положение об электронной системе обучения).

В Университете используются научно-образовательные ресурсы электронно-библиотечных систем:

«Университетская библиотека онлайн» www.biblioclub.ru

Polpred.com <https://polpred.com>

ЭБС “Book on Lime” <https://bookonlime.ru>

Государственная информационная система «Национальная электронная библиотека» (НЭБ) <https://нэб.рф>

ЭБС «Юрайт»

Справочно-правовая система «Консультант Плюс»

Ай Пи Ар Медиа <http://www.iprbookshop.ru>.

В свободном доступе для обучающихся имеются электронные версии учебников, пособий, методических разработок, указаний и рекомендаций по всем видам учебной работы, предусмотренных рабочей программой.

5. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ГИА

№	Наименование учебных аудиторий, специальных помещений	Перечень оборудования и технических средств обучения
1	Учебная аудитория № 301 для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, государственной итоговой аттестации.	Ноутбук с предустановленной операционной системой Windows 10, предустановленным пакетом офисных приложений Microsoft Office 2017 – 1 шт. Мультимедийный проектор с креплением – 1 шт. Интерактивная доска – 1 шт. Оборудование для выхода в телекоммуникационные сети. Имеется подключение к локальной сети и выход в сеть Интернет. Наборы демонстрационного оборудования. Специализированная мебель: Доска (меловая) – 1 шт. Стол преподавателя – 1 шт. Стул преподавателя – 1 шт. Трибуна – 1 шт. Стол студенческий двухместный – 20 шт. Стулья студенческие – 40 шт.
2	Учебная аудитория № 304 для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, государственной итоговой аттестации.	Мониторы для представления учебной информации – 5 шт. ЖК-телевизоры для представления учебной информации – 2 шт. Ноутбук с предустановленной операционной системой Windows 8 – 1 шт. Сервер для вывода видео с предустановленной операционной системой Windows 8 – 1 шт. Планшетный компьютер с предустановленной операционной системой iOS – 1 шт. Мультимедийный проектор с креплением – 1 шт. Интерактивная доска – 1 шт. Аудио-система – 1 шт. Конференц-система – 1 шт. Система видеоконференцсвязи Polycom с управляемой веб-камерой – 1 шт. Веб-камера с разрешением 4К – 2 шт. Комплект спутникового телевидения – 1 шт. Оборудование для проведения онлайн-трансляции – 1 шт. Кондиционер – 1 шт. Оборудование для выхода в телекоммуникационные сети, Wi-Fi-роутер – 1 шт., свич – 1 шт. Имеется подключение к локальной сети и выход в сеть Интернет. Специализированная мебель: Стол преподавателя – 2 шт. Стул преподавателя – 1 шт. Трибуна – 1 шт. Стол круглый – 1 шт. Стулья студенческие – 50 шт. Программное обеспечение: Microsoft Windows 8 (2 лицензий OEM). Пакет офисных приложений Open Office.
3	Помещение № 328 для самостоятельной работы	Ноутбук с предустановленной операционной системой Windows 10, предустановленным пакетом офисных приложений Microsoft Office 2017 – 2 шт. Оборудование для выхода в телекоммуникационные сети.

		Веб-камера – 2 шт. Имеется подключение к локальной сети и выход в сеть Интернет. Набор демонстрационного оборудования. Специализированная мебель: Столы двухместные – 15 шт. Стулья – 30 шт. Шкафы – 6 шт. Трибуна – 1 шт. Программное обеспечение: Пакет офисных приложений Open Office. Редактор векторной графики Photoshop. Редактор растровой графики Gimp. Редактор векторной графики CorelDRAW Graphics Suite 2020 Education License. Редактор векторной графики Inkscape. Программа видео-монтажа Adobe Premiere Pro Программа видео-монтажа Shotcut. Программа видео-монтажа VideoPad.
--	--	--

Приложения

Приложение 1. Фонд оценочных средств.

Приложение 2. Рецензия на программу ГИА.

ЛИСТ СОГЛАСОВАНИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ

1. РАЗРАБОТАНА:

доцент
должность



подпись

О.А. Алексютина
расшифровка подписи

10.03.2020

дата

2. УТВЕРЖДЕНА:

Кафедрой русской, зарубежной литературы и массовых коммуникаций
Протокол №_8_ от «_10_»_03_2020г.

Заведующий кафедрой  (И.Н. Никитина)

3. СОГЛАСОВАНО:

Руководитель ОПОП по направлению Реклама и связи с общественностью


(О.А. Алексютина)
(подпись)

«_10_»_03_2020 г.

Рецензия на программу Государственной итоговой аттестации
по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью,
направленность (профиль) Реклама и связи с общественностью в коммерческой
сфере, уровень образования бакалавриат, разработанную кафедрой русской,
зарубежной литературы и массовых коммуникаций ФГБОУ ВО «Брянский
государственный университет имени академика И.Г. Петровского»

Программа государственной итоговой аттестации разработана в соответствии нормативно-методическими документами Министерства науки и высшего образования РФ и локальными актами ФГБОУ ВО «Брянский государственный университет имени академика И.Г. Петровского».

Программа государственной итоговой аттестации является составной частью основной профессиональной образовательной программы подготовки выпускников высшего образования по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

Программа государственной итоговой аттестации состоит из следующих разделов: программы государственного экзамена и программы защиты выпускной квалификационной работы.

На государственную итоговую аттестацию отведено 324 часа (9 зет).

Структура программы государственной итоговой аттестации в целом логична и последовательна. Программа построена методически грамотно. Цели и задачи ГИА соответствуют требованиям ФГОС ВО к подготовке выпускника по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

Результаты государственной итоговой аттестации направлены на освоение студентами универсальных, общепрофессиональных, профессиональных компетенций по типам задач профессиональной деятельности.

В методических указаниях даны подробные рекомендации по выполнению выпускной квалификационной работы, детально рассмотрены аспекты оценки сформированных знаний, умений и навыков.

Содержание программы государственной итоговой аттестации свидетельствует о ее направленности на формирование теоретических знаний и практических навыков по направлению подготовки.

Разработанная программа ГИА содержит перечень необходимой литературы, информационных технологий, справочных систем для освоения соответствующих видов профессиональной деятельности.

Материально-техническое обеспечение, необходимое для государственной итоговой аттестации, полностью соответствует требованиям ФГОС ВО.

Структура и содержание программы государственной итоговой аттестации соответствуют требованиям Федерального государственного образовательного стандарта по направлению подготовки бакалавриата 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

Рецензент:
генеральный директор рекламного агентства
«Net. Media»



И.Д. Стародубец

ЛИСТ ОБНОВЛЕНИЯ

программы ГИА бакалавриата по направлению подготовки

42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль) Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере

В целях гибкого реагирования на потребности рынка труда, учёта новых достижений науки, на основании анализа реализации образовательной программы внесены следующие изменения в структурные компоненты содержания программы ГИА:

1. Обновлено учебно-методическая литература (основная, дополнительная):

а) В список основной литературы добавлены источники:

1. Шкляр, М.Ф. Основы научных исследований: учебное пособие / М.Ф. Шкляр. – 6-е изд. – М.: Дашков и К°, 2017. – 208 с. – (Учебные издания для бакалавров). – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=450782> .

а) В список дополнительной литературы добавлены источники:

1. Музыкант, В.Л. Эффективный копирайтинг в системе бренд-коммуникаций (онлайн- и офлайн-среда) : монография / В.Л. Музыкант, Д.С. Скарнев. – М.; Берлин : Директ-Медиа, 2019. – 274 с. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=495064>.

3. Обновлено состав лицензионного программного обеспечения, современных профессиональных баз данных и информационных справочных систем:

Перечень лицензионного программного обеспечения

CorelDRAW Graphics Suite 2020 Education License (Windows) (Single User)

Adobe Premiere Pro for teams All Multiple Platforms Multi European Languages Team Licensing Subscription

Adobe Photoshop for teams All Multiple Platforms Multi European Languages Team Licensing Subscriptions New

Kaspersky Endpoint security для нужд ФГБОУ ВО «Брянский государственный университет имени академика И.Г.Петровского»

4. Добавлены компетенции УК- 9, УК-10 на подготовку к сдаче и сдачу государственного экзамена.

Программа ГИА рассмотрена и утверждена на заседании кафедры русской, зарубежной литературы и массовых коммуникаций от «__22__» __04__ 2021 г., протокол №_9__.

Заведующий кафедрой



И.Н.Никитина

Руководитель ОПОП



О.А.Алексютина