

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

**«Брянский государственный университет
имени академика И.Г. Петровского»
(БГУ)**

Кафедра русской, зарубежной литературы
и массовых коммуникаций
УТВЕРЖДАЮ

Заведующая кафедрой



(Никитина И.Н.)

«15» апреля 2022 г.

Методические рекомендации по подготовке к государственному экзамену

ОСНОВНОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Направление подготовки

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль) программы

Реклама и связи с общественностью в медиаиндустрии

Уровень высшего образования

Бакалавриат

Форма обучения: заочная

2022 г.

СОДЕРЖАНИЕ

	С.
1. Цель государственной итоговой аттестации (ГИА) и государственного экзамена	3
2. Примерный перечень вопросов и заданий к государственному экзамену	9
3. Критерии и показатели оценивания результатов государственного экзамена	11
4. Методические рекомендации выпускникам по подготовке к государственному экзамену	12
5. Список рекомендуемой учебно-методической литературы	13
6. Порядок проведения государственной итоговой аттестации (государственного экзамена)	15

1. Цель государственной итоговой (ГИА) и государственного экзамена

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; УК-9; УК-10; 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; ОПК-1; ОПК-2; ОПК-3; ОПК-4; ОПК-5; ОПК-6; ОПК-7; ПК-1; ПК-2; ПК-3; ПК-4

Объём блока: 9 з.е.

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, педагогической теории и практики, методики обучения по профилю подготовки; 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 рекламной информационной деятельности», «Разработка коммуникационного продукта», «Маркетинг и менеджмент в сфере рекламы и связей с общественностью» с привлечением портфолио обучающегося.

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 реше-	УК-1.1. Анализирует задачу, выделяя этапы ее решения, действия по решению задачи
	УК-1.2. Находит, критически анализирует и выбирает информацию, необходимую для решения поставленной задачи
	УК-1.3. Рассматривает различные точки зрения на поставленную задачу и выявляет степень их доказательности в рамках научного мировоззрения

ния поставленных задач	УК-1.4. Определяет возможные варианты решения поставленной задачи, аргументированно оценивая их достоинства и недостатки
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. Проводит декомпозицию поставленной цели проекта в задачах
	УК-2.2. Осуществляет поиск необходимой информации для достижения задач проекта
	УК-2.3. Выявляет и анализирует различные способы решения задач в рамках поставленной цели и аргументирует их выбор, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений
	УК-2.4. Представляет результаты решения задач в рамках цели проекта
УК-3. Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	УК-3.1. Понимает эффективность использования стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели, определяет свою роль в команде
	УК-3.2. Учитывает особенности поведения и интересы других участников при реализации своей роли в социальном взаимодействии и командной работе
	УК-3.3. Анализирует возможные последствия личных действий и планирует последовательность шагов для достижения заданного результата
	УК-3.4. Эффективно взаимодействует с другими членами команды, участвует в обмене информацией, знанием и опытом, в презентации результатов работы команды
УК-4. Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	УК-4.1. Выбирает коммуникативные стратегии и тактики, стиль общения на русском языке в зависимости от целей и условий партнёрства, ситуации взаимодействия
	УК-4.2. Демонстрирует умение осуществлять деловую переписку на русском языке, учитывая особенности стилистики официальных и неофициальных писем
	УК-4.3. Грамотно строит диалогическую речь в рамках межличностного и межкультурного общения на иностранном(ых) языке(ах)
	УК-4.4. Демонстрирует умение осуществлять деловую переписку на иностранном(ых) языке(ах) с учетом социокультурных особенностей
	УК-4.5. Осуществляет поиск необходимой информации для решения коммуникативных задач с применением информационно-коммуникационных технологий
УК-5. Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	УК-5.1. Находит и использует необходимую для взаимодействия с другими членами общества информацию о культурных особенностях и традициях различных социальных и национальных групп
	УК-5.2. Демонстрирует уважительное отношение 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
	УК-5.3. Выстраивает взаимодействие с учетом национальных и социокультурных особенностей на принципах толерантности и этических нормах

УК-7. Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности	УК-7.1. Использует основы физической культуры для осознанного выбора здоровьесберегающих технологий с учетом физиологических особенностей организма и условий реализации профессиональной деятельности
	УК-7.2. Планирует свое рабочее и свободное время для оптимального сочетания физической и умственной нагрузки и обеспечения работоспособности
	УК-7.3. Соблюдает и пропагандирует нормы здорового образа жизни в различных жизненных ситуациях и в профессиональной деятельности
УК-8. Способен создавать и поддерживать безопасные условия жизнедеятельности, в том числе при возникновении чрезвычайных ситуаций	УК-8.1. Анализирует факторы вредного влияния элементов среды обитания
	УК-8.2. Идентифицирует опасные и вредные факторы в рамках профессиональной деятельности
	УК-8.3. Выявляет и устраняет проблемы, связанные с нарушениями техники безопасности на рабочем месте
	УК-8.4. Разъясняет правила поведения при возникновении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов, оказывает помощь, описывает способы участия в восстановительных мероприятиях
УК-9. Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности	УК-9.1. Понимает базовые принципы функционирования экономики и экономического развития, цели и формы участия государства в экономике
	УК-9.2. Применяет методы личного экономического и финансового планирования для достижения текущих и долгосрочных финансовых целей, использует финансовые инструменты для управления личными финансами (личным бюджетом), контролирует собственные экономические и финансовые риски
УК-10. Способен формировать нетерпимое отношение к коррупционному поведению	УК-10.1. Демонстрирует знание правовых норм в сфере противодействия коррупции в Российской Федерации, приоритетные задачи государства в борьбе с коррупцией
	УК-10.2. Анализирует факторы формирования коррупционного поведения и его виды
	УК-10.3. Выбирает инструменты и методы формирования нетерпимого отношения к коррупционному поведению и его пресечения

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) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенно-	ОПК-1.1. Демонстрирует знание норм русского и иностранного языков, особенности иных знаковых систем
	ОПК-1.2. Выявляет и анализирует особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и

стиями иных знаковых систем	иностранных языков, особенностями иных знаковых систем.
	ОПК-1.3. Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты 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. Демонстрирует знание тенденций развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах
	ОПК-2.2. Соблюдает принцип объективности в создаваемых текстах и (или) продуктах при освещении деятельности общественных и государственных институтов.
	ОПК-2.3. Демонстрирует умение учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах
ОПК-3. Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	ОПК-3.1. Демонстрирует знание достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов.
	ОПК-3.2. Способен определять особенности отечественного и мирового культурного процесса; учитывать достижения отечественной и мировой культуры.
	ОПК-3.3. Демонстрирует умение использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов.
ОПК-4. Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	ОПК-4.1. Демонстрирует знание запросов и потребностей общества и аудитории в профессиональной деятельности
	ОПК-4.2. Учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании текстов и (или) продуктов.
	ОПК-4.3. Демонстрирует умение отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности

ОПК-5. 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	ОПК-5.1. Демонстрирует знание тенденций развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования.
	ОПК-5.2. Осуществляет свои профессиональные действия с учётом механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы.
	ОПК-5.3. Демонстрирует умение 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.
ОПК-6. Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности	ОПК-6.1. Демонстрирует знание современных технических средств и информационно-коммуникационных технологий в профессиональной деятельности.
	ОПК-6.2. Эксплуатирует современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии.
	ОПК-6.3. Применяет современные цифровые устройства и программное обеспечение на всех этапах создания текстов и (или) иных коммуникационных продуктов
ОПК-7. Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности	ОПК-7.1. Демонстрирует знание принципов социальной ответственности
	ОПК-7.2. Осуществляет поиск корректных творческих приёмов при сборе, обработке и распространении информации в соответствии с общепринятыми стандартами и правилами профессионального общества
	ОПК-7.3. Демонстрирует умение учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности

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	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

с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа 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. Демонстрирует знание основных требований к рекламному продукту, включая текстовые и графические материалы.
	ПК-2.2. Организует 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. 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. Медиапланирование: 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-образительные 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 медиапланирования 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, призмачижены, 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. Прото 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.
85. Базовые принципы функционирования экономики и экономического развития. Реклама как элемент экономической системы
86. Методы личного экономического и финансового планирования и финансовые инструменты для управления личными финансами. Экономическая культура работника рекламы.
87. Правовые нормы в сфере противодействия коррупции в Российской Федерации, приоритетные задачи государства в борьбе с коррупцией. Факторы формирования коррупционного поведения и его виды.
88. Инструменты и методы формирования нетерпимого отношения к коррупционному поведению и его пресечения.

Примерное практическое задание государственного экзамена

Задания:

Разработайте рекламный бриф предложенного товара/услуги:

- Замороженная пицца
- Замороженные десерты
- Керамическая плитка
- Освежитель воздуха
- Очиститель стекол
- Риэлтерская фирма 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 бланке. Устные пояснения возможны при собеседовании с членами ГЭК.

3. 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.

4. 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.

5. Список рекомендуемой учебно-методической литературы

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 посо-

- бие / 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. Брендинг : 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 ; Там-

бовский 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> – Электронная библиотечная система «Университетская библиотека онлайн»

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

<http://www.dissert.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.

6. Порядок проведения государственной итоговой аттестации (государственного экзамена)

Государственная итоговая аттестация проводится государственными экзаменационными комиссиями в целях определения соответствия результатов освоения обучающимися основных образовательных программ соответствующим требованиям федерального государ-

ственного образовательного стандарта (государственного образовательного стандарта) или образовательного стандарта (далее вместе - стандарт).

К государственной итоговой аттестации допускается обучающийся, не имеющий академической задолженности и в полном объеме выполнивший учебный план или индивидуальный учебный план по соответствующей образовательной программе высшего образования.

Обучающимся и лицам, привлекаемым к государственной итоговой аттестации, во время ее проведения запрещается иметь при себе и использовать средства связи.

Лица, осваивающие образовательную программу в форме самообразования либо обучавшиеся по не имеющей государственной аккредитации образовательной программе высшего образования, вправе пройти экстерном государственную итоговую аттестацию в Университете по имеющей государственную аккредитацию образовательной программе, в соответствии с настоящим Порядком.

Не допускается взимание платы с обучающихся за прохождение государственной итоговой аттестации.

Государственная итоговая аттестация обучающихся Университета проводится в форме:

государственного экзамена;

защиты выпускной квалификационной работы (далее вместе - государственные аттестационные испытания).

Конкретные формы проведения государственной итоговой аттестации устанавливаются организациями самостоятельно в соответствии с требованиями, установленными стандартом (при наличии таких требований).

Государственный экзамен проводится по одной или нескольким дисциплинам и (или) модулям образовательной программы, результаты освоения которых имеют определяющее значение для профессиональной деятельности выпускников. Государственный экзамен проводится устно или письменно.

Объем государственной итоговой аттестации, ее структура и содержание устанавливаются организацией в соответствии со стандартом.

Срок проведения государственной итоговой аттестации устанавливается Университетом самостоятельно.

Результаты каждого государственного аттестационного испытания определяются оценками "отлично", "хорошо", "удовлетворительно", "неудовлетворительно". Оценки "отлично", "хорошо", "удовлетворительно" означают успешное прохождение государственного аттестационного испытания.

Успешное прохождение государственной итоговой аттестации является основанием для выдачи обучающемуся документа о высшем образовании и о квалификации образца, установленного Министерством образования и науки Российской Федерации.

Особенности проведения государственных аттестационных испытаний с применением электронного обучения, дистанционных образовательных технологий определяются локальными нормативными актами Университета. При проведении государственных аттестационных испытаний с применением электронного обучения, дистанционных образовательных технологий организация обеспечивает идентификацию личности обучающихся и контроль соблюдения требований, установленных указанными локальными нормативными актами.

Для проведения государственной итоговой аттестации в организации создаются государственные экзаменационные комиссии.

Для рассмотрения апелляций по результатам государственной итоговой аттестации в организации создаются апелляционные комиссии.

Государственная экзаменационная и апелляционная комиссии (далее вместе - комиссии) действуют в течение календарного года.

Университет самостоятельно устанавливает регламент работы комиссий.

Программа государственной итоговой аттестации, включая программы государственных экзаменов и (или) требования к выпускным квалификационным работам и порядку их

выполнения, критерии оценки результатов сдачи государственных экзаменов и (или) защиты выпускных квалификационных работ, утверждается Университетом.

Программа государственной итоговой аттестации, а также порядок подачи и рассмотрения апелляций доводятся до сведения обучающихся деканом факультета не позднее чем за шесть месяцев до начала государственной итоговой аттестации.

Государственный экзамен проводится по утвержденной Университетом программе, содержащей перечень вопросов, выносимых на государственный экзамен, и рекомендации обучающимся по подготовке к государственному экзамену, в том числе перечень рекомендуемой литературы для подготовки к государственному экзамену.

Перед государственным экзаменом проводятся консультирование и (или) обзорные лекции для обучающихся по вопросам, включенным в программу государственного экзамена (далее - предэкзаменационная консультация).

1. В день проведения государственных аттестационных испытаний в государственную экзаменационную комиссию передаются сведения об успеваемости выпускников. Одним из критериев оценки компетенций выпускника на государственной итоговой аттестации может выступать содержание электронного портфолио («Положение об электронном портфолио обучающегося ФГБОУ ВО «Брянский государственный университет имени академика И.Г. Петровского», утверждённое решением учёного совета Университета от 14.12.2017г., протокол №7 (Приказ БГУ от 15.12.2017г. №1950).

Результаты государственного аттестационного испытания, проводимого в устной форме, объявляются в день его проведения, результаты государственного аттестационного испытания, проводимого в письменной форме, - на следующий рабочий день после дня его проведения.

Обучающиеся, не прошедшие государственной итоговой аттестации в связи с неявкой на государственное аттестационное испытание 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 прошедший одно государственное аттестационное испытание по уважительной причине, допускается к сдаче следующего государственного аттестационного испытания (при его наличии).

Обучающиеся, не прошедшие государственное аттестационное испытание в связи с неявкой на государственное аттестационное испытание 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.

Лицо, не прошедшее государственную итоговую аттестацию, может повторно пройти государственную итоговую аттестацию не ранее чем через 10 месяцев и не позднее чем через пять лет после срока проведения государственной итоговой аттестации, которая не пройдена обучающимся. Указанное лицо может повторно пройти государственную итоговую аттестацию не более двух раз.

Для повторного прохождения государственной итоговой аттестации указанное лицо по его заявлению восстанавливается в Университете на период времени, предусмотренный календарным учебным графиком для государственной итоговой аттестации по соответствующей образовательной программе.

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

Для обучающихся из числа инвалидов государственная итоговая аттестация проводится Университетом с учетом особенностей их психофизического развития, их индивидуальных возможностей и состояния здоровья (далее - индивидуальные особенности).

При проведении государственной итоговой аттестации обеспечивается соблюдение следующих общих требований:

проведение государственной итоговой аттестации для инвалидов в одной аудитории совместно с обучающимися, не являющимися инвалидами, если это не создает трудностей для инвалидов и иных обучающихся при прохождении государственной итоговой аттестации;

присутствие в аудитории ассистента (ассистентов), оказывающего обучающимся инвалидам необходимую техническую помощь с учетом их индивидуальных особенностей (занять рабочее место, передвигаться, прочесть и оформить задание, общаться с председателем и членами государственной экзаменационной комиссии);

пользование необходимыми обучающимся инвалидам техническими средствами при прохождении государственной итоговой аттестации с учетом их индивидуальных особенностей;

обеспечение возможности беспрепятственного доступа обучающихся инвалидов в аудитории, туалетные и другие помещения, а также их пребывания в указанных помещениях (наличие пандусов, поручней, расширенных дверных проемов, лифтов, при отсутствии лифтов аудитория должна располагаться на первом этаже, наличие специальных кресел и других приспособлений).

По письменному заявлению обучающегося инвалида продолжительность сдачи обучающимся инвалидом государственного аттестационного испытания может быть увеличена по отношению к установленной продолжительности его сдачи:

продолжительность сдачи государственного экзамена, проводимого в письменной форме, - не более чем на 90 минут;

продолжительность подготовки обучающегося к ответу на государственном экзамене, проводимом в устной форме, - не более чем на 20 минут;

продолжительность выступления обучающегося при защите выпускной квалификационной работы - не более чем на 15 минут.

В зависимости от индивидуальных особенностей обучающихся с ограниченными возможностями здоровья Университет обеспечивает выполнение следующих требований при проведении государственного аттестационного испытания:

а) для слепых:

задания и иные материалы для сдачи государственного аттестационного испытания оформляются рельефно-точечным шрифтом Брайля или в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением для слепых, либо зачитываются ассистентом;

письменные задания выполняются обучающимися на бумаге рельефно-точечным шрифтом Брайля или на компьютере со специализированным программным обеспечением для слепых, либо надиктовываются ассистенту;

при необходимости обучающимся предоставляется комплект письменных принадлежностей и бумага для письма рельефно-точечным шрифтом Брайля, компьютер со специализированным программным обеспечением для слепых;

б) для слабовидящих:

задания и иные материалы для сдачи государственного аттестационного испытания оформляются увеличенным шрифтом;

обеспечивается индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс;

при необходимости обучающимся предоставляется увеличивающее устройство, допускается использование увеличивающих устройств, имеющихся у обучающихся;

в) для глухих и слабослышащих, с тяжелыми нарушениями речи:

обеспечивается наличие звукоусиливающей аппаратуры коллективного пользования, при необходимости обучающимся предоставляется звукоусиливающая аппаратура индивидуального пользования;

по их желанию государственные аттестационные испытания проводятся в письменной форме;

г) для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата (тяжелыми нарушениями двигательных функций верхних конечностей или отсутствием верхних конечностей):

письменные задания выполняются обучающимися на компьютере со специализированным программным обеспечением или надиктовываются ассистенту;

по их желанию государственные аттестационные испытания проводятся в устной форме.

Обучающийся инвалид не позднее чем за 3 месяца до начала проведения государственной итоговой аттестации подает письменное заявление о необходимости создания для него специальных условий при проведении государственных аттестационных испытаний с указанием его индивидуальных особенностей. К заявлению прилагаются документы, подтверждающие наличие у обучающегося индивидуальных особенностей (при отсутствии указанных документов в Университете).

В заявлении обучающийся указывает на необходимость (отсутствие необходимости) присутствия ассистента на государственном аттестационном испытании, необходимость (отсутствие необходимости) увеличения продолжительности сдачи государственного аттестационного испытания по отношению к установленной продолжительности (для каждого государственного аттестационного испытания).

По результатам государственных аттестационных испытаний обучающийся имеет право на апелляцию.

Обучающийся имеет право подать в апелляционную комиссию письменную апелляцию о нарушении, по его мнению, установленной процедуры проведения государственного аттестационного испытания и (или) несогласии с результатами государственного экзамена.

Апелляция подается лично обучающимся в апелляционную комиссию не позднее следующего рабочего дня после объявления результатов государственного аттестационного испытания.

Апелляция не позднее 2 рабочих дней со дня ее подачи рассматривается на заседании апелляционной комиссии, на которое приглашаются председатель государственной экзаменационной комиссии и обучающийся, подавший апелляцию. Заседание апелляционной комиссии может проводиться в отсутствие обучающегося, подавшего апелляцию, в случае его неявки на заседание апелляционной комиссии.

Решение апелляционной комиссии доводится до сведения обучающегося, подавшего апелляцию, в течение 3 рабочих дней со дня заседания апелляционной комиссии. Факт ознакомления обучающегося, подавшего апелляцию, с решением апелляционной комиссии удостоверяется подписью обучающегося.

При рассмотрении апелляции о нарушении процедуры проведения государственного аттестационного испытания апелляционная комиссия принимает одно из следующих решений:

об отклонении апелляции, если изложенные в ней сведения о нарушениях процедуры проведения государственного аттестационного испытания обучающегося не подтвердились и (или) не повлияли на результат государственного аттестационного испытания;

об удовлетворении апелляции, если изложенные в ней сведения о допущенных нарушениях процедуры проведения государственного аттестационного испытания обучающегося подтвердились и повлияли на результат государственного аттестационного испытания.

В случае, указанном в абзаце третьем настоящего пункта, результат проведения государственного аттестационного испытания подлежит аннулированию, в связи с чем протокол о рассмотрении апелляции не позднее следующего рабочего дня передается в государственную экзаменационную комиссию для реализации решения апелляционной комиссии. Обучающемуся предоставляется возможность пройти государственное аттестационное испытание в сроки, установленные Университетом.

При рассмотрении апелляции о несогласии с результатами государственного экзамена апелляционная комиссия выносит одно из следующих решений:

об отклонении апелляции и сохранении результата государственного экзамена;
об удовлетворении апелляции и выставлении иного результата государственного экзамена.

Решение апелляционной комиссии не позднее следующего рабочего дня передается в государственную экзаменационную комиссию. Решение апелляционной комиссии является основанием для аннулирования ранее выставленного результата государственного экзамена и выставления нового.

Решение апелляционной комиссии является окончательным и пересмотру не подлежит.

Повторное проведение государственного аттестационного испытания обучающегося, подавшего апелляцию, осуществляется в присутствии председателя или одного из членов апелляционной комиссии не позднее даты завершения обучения в Университете в соответствии со стандартом.

Апелляция на повторное проведение государственного аттестационного испытания не принимается.

