


МИНОБРНАУКИ РОССИИ

**федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования «Алтайский государственный университет»
Институт массовых коммуникаций, филологии и политологии**

СОГЛАСОВАНО представитель работодателя: Директор Интернет-агентства «Веб+»  / И.А. Василенко «06» июня 2020 г.	УТВЕРЖДАЮ Решением Ученого совета Университета Протокол № 6 от «30» июня 2020 г.
---	--



ПРОГРАММА

**государственной итоговой аттестации
выпускников по направлению подготовки
42.03.01 Реклама и связи с общественностью**

Профиль

«Реклама и связи с общественностью в государственных и бизнес-структурах»

Профессиональный стандарт

**06.009 «Специалист по продвижению и распространению продукции
средств массовой информации»**

Форма обучения

Очная

Барнаул 2020 г.

Составители:

Е.В. Валулина, к.филол.н., доцент кафедры медиакоммуникаций, технологий рекламы и связей с общественностью;

А.В. Ковалева, д.социол.н., профессор кафедры медиакоммуникаций, технологий рекламы и связей с общественностью.

Визирование программы для исполнения в текущем учебном году

Программа ГИА пересмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2021- 2022 учебном году на заседании ученого совета института массовых коммуникаций, филологии и политологии, протокол № 5 от «22» июня 2021 г.

Внесены следующие изменения и дополнения:

обновлен перечень литературы, скорректирована тематика выпускных квалификационных работ, скорректированы компетенции.

Визирование программы для исполнения в текущем учебном году

Программа ГИА пересмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2023 -2024 учебном году на заседании ученого совета института гуманитарных наук, протокол № 7 от «19» апреля 2023 г.

Внесены следующие изменения и дополнения:

1. Скорректирована формулировка компетенции УК10, в том числе в учебном плане, в соответствии с Приказом Минобрнауки России "О внесении изменений в федеральные государственные образовательные стандарты" № 208 от 27.02.2023 (зарегистрировано Минюстом России 31 марта 2023 г.).
2. Скорректирована тематика выпускных квалификационных работ.

1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

Цель государственной итоговой аттестации - установление уровня подготовки выпускника к выполнению профессиональных задач и соответствия его подготовки требованиям Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования (ФГОС ВО) по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата) (приказ Минобрнауки России от 08.06.2017 № 512), основной профессиональной образовательной программы высшего образования (ОПОП), разработанной кафедрой медиакоммуникаций, технологий рекламы и связей с общественностью, института массовых коммуникаций, филологии и политологии ФГБОУ ВО «Алтайский государственный университет», профессиональному стандарту 06.009 «Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации» (приказ Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 4 августа 2014 г. N 535н).

Государственная итоговая аттестация по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью включает:

- а) государственный экзамен;
- б) защиту выпускной квалификационной работы

Область профессиональной деятельности выпускников:

– 06 Связь, информационные и коммуникационные технологии (в сфере продвижения продукции средств массовой информации, включая печатные издания, телевизионные и радиопрограммы, онлайн-ресурсы).

Типы задач профессиональной деятельности выпускников по направлению подготовки Реклама и связи с общественностью, профиль «Реклама и связи с общественностью в государственных и бизнес-структурах»:

- авторский;
- маркетинговый;
- проектный.

2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ОПОП

Требования к результатам освоения ОПОП, проверяемые в ходе государственного экзамена

Универсальные компетенции выпускников и индикаторы их достижения

Категория (группа) универсальных компетенций	Код и наименование универсальной компетенции	Код и наименование индикатора достижения универсальной компетенции
Системное и критическое мышление.	УК-1. Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач.	УК-1.1. Знает основные теоретико-методологические положения системного подхода как научной и философской категории; УК-1.2. Осуществляет поиск информации для решения поставленной задачи по различным типам запросов; УК-1.3. Сопоставляет разные источники информации с целью выявления их противоречий и поиска достоверных суждений; УК-1.4. Анализирует информацию

		и предлагает возможные варианты решения поставленной задачи, оценивая их достоинства и недостатки.
Разработка и реализация проектов.	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.	<p>УК-2.1. Знает основные законодательные и нормативно-правовые документы, основные этические ограничения, принятые в обществе, основные понятия, методы выработки принятия и обоснования решений задач в рамках поставленной цели, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений, методы выбора оптимального решения задач;</p> <p>УК-2.2. Формулирует перечень взаимосвязанных задач, обеспечивающих достижение поставленной цели, в том числе с использованием сервисных возможностей соответствующих информационных (справочных правовых) систем;</p> <p>УК-2.3. Определяет ожидаемые результаты решения задач и разрабатывает различные виды планов по реализации проектов учетом действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений, осуществлять поиск оптимальных способов решения поставленных задач, с учетом действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений;</p> <p>УК-2.4. Проектирует решение задачи, выбирая оптимальный способ ее решения, оценивая вероятные риски и ограничения в выборе решения поставленных задач</p>

<p>Командная работа и лидерство.</p>	<p>УК-3. Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде.</p>	<p>УК-3.1. Знает концепции, принципы и методы построения эффективной работы в команде с учетом правовых и этических принципов и норм социального взаимодействия, сущностные характеристики и типологию лидерства; УК-3.2. Участвует в обмене информацией, знаниями и опытом в интересах выполнения командной задачи, презентуя профессиональные задачи; УК-3.3. Владеет способами самодиагностики определения своего ролевого статуса в команде, приемами эффективного социального взаимодействия и способами их правовой и этической оценки, коммуникативными навыками.</p>
<p>Коммуникация.</p>	<p>УК-4. Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах).</p>	<p>УК-4.1. Знает нормативные, коммуникативные, этические аспекты устной и письменной речи; особенности современных коммуникативно-прагматических правил и этики речевого общения; УК-4.2. Проводит анализ конкретной речевой ситуации; оценивая степень эффективности общения и определяя причины коммуникативных удач и неудач, выявляя и устраняя собственные речевые ошибки; УК-4.3. Создает устные и письменные высказывания, учитывая коммуникативные качества речи; УК 4.4. Владеет устными и письменными речевыми жанрами; принципами создания текстов разных функционально-смысловых типов; общими правилами оформления документов различных типов; письменным аргументированным изложением собственной точки зрения.</p>

<p>Межкультурное взаимодействие.</p>	<p>УК-5. Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально- историческом, этическом и философском контекстах</p>	<p>УК-5.1. Знает основные подходы к изучению культурных явлений; многообразие культур и цивилизаций в их взаимодействии во временной ретроспективе, формы межкультурного взаимодействия; особенности и этапы развития духовной и материальной культуры народов мира;</p> <p>УК-5.2. Применяет знания особенностей межкультурного взаимодействия в практической деятельности; критически осмысливает и формирует собственную позицию по отношению к явлениям современной жизни с учетом их культурно-исторической обусловленности;</p> <p>УК-5.3. Владеет нормами взаимодействия и толерантного поведения в условиях культурного, религиозного, этнического, социального многообразия современного общества;</p> <p>УК-5.4. Владеет приемами презентации результатов собственных теоретических изысканий в области межкультурного взаимодействия.</p>
<p>Самоорганизация и саморазвитие (в том числе здоровьесбережение)</p>	<p>УК-6. Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни</p>	<p>УК-6.1. Знает закономерности становления и развития личности; механизмы, принципы и закономерности процессов самоорганизации, самообразования и саморазвития; теорию таймменеджмента;</p> <p>УК-6.2. Умеет определять свои ресурсы и их пределы (личностные, ситуативные, временные и др.) для успешного выполнения порученной работы, ставить цели и устанавливать приоритеты собственного профессионально-карьерного развития с учетом условий, средств, личностных возможностей и временной перспективы достижения; осуществлять самоанализ и рефлекссию собственного жизненного и профессионального пути;</p>

		<p>УК-6.3. Владеет методиками саморегуляции эмоционально - психологических состояний в различных условиях деятельности, приемами самооценки уровня развития своих индивидуально-психологических особенностей; технологиями проектирования профессионально-карьерного развития; способами планирования, организации, самоконтроля и самооценки деятельности;</p> <p>УК-6.4. Применяет разнообразные способы, приемы техники самообразования и самовоспитания на основе принципов образования в течение всей жизни.</p>
<p>Самоорганизация и саморазвитие (в том числе здоровьесбережение).</p>	<p>УК-7. Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности</p>	<p>УК-7.1. Демонстрирует знания основ физической культуры и здорового образа жизни; применяет умения и навыки в работе с дистанционными образовательными технологиями;</p> <p>УК-7.2. Применяет методику оценки уровня здоровья; выстраивает индивидуальную программу сохранения и укрепления здоровья с учетом индивидуально-типологических особенностей организма;</p> <p>УК-7.3. Анализирует источники информации, сопоставляет разные точки зрения, формирует общее представление по определенной теме;</p> <p>УК-7.4. Демонстрирует систему практических умений и навыков при выполнении техники двигательных действий в различных видах спорта;</p> <p>УК-7.5. Поддерживает должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности.</p>

<p>Безопасность жизнедеятельности</p>	<p>УК-8. Способен создавать и поддерживать в повседневной жизни и в профессиональной деятельности безопасные условия жизнедеятельности для сохранения природной среды, обеспечения устойчивого развития общества, в том числе при угрозе и возникновении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов.</p>	<p>УК-8.1. Знает терминологию, предмет безопасности жизнедеятельности личности, общества и государства, источники, причины их возникновения, детерминизм опасностей; методы защиты в условиях чрезвычайных ситуаций; сущность и содержание чрезвычайных ситуаций, их классификацию, поражающие факторы чрезвычайных ситуаций; основные методы защиты производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий и способы применения современных средств поражения, основные меры по ликвидации их последствий; технику безопасности и правила пожарной безопасности;</p> <p>УК-8.2. Способен разрабатывать алгоритм безопасного поведения при опасных ситуациях природного, техногенного и пр. характера; использовать приемы первой помощи, методы защиты в условиях чрезвычайных ситуаций;</p> <p>УК-8.3. Имеет опыт использования основных средств индивидуальной и коллективной защиты для сохранения жизни и здоровья граждан; планирования обеспечения безопасности в конкретных техногенных авариях и чрезвычайных ситуациях; оказания первой помощи пострадавшим в условиях опасных и чрезвычайных ситуаций.</p>
---------------------------------------	--	---

Общепрофессиональные компетенции выпускников и индикаторы их достижения

Категория (группа) общепрофессиональных компетенций	Код и наименование общепрофессиональной компетенции	Код и наименование индикатора достижения общепрофессиональной компетенции
Продукт профессиональной деятельности	ОПК-1. 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-1.1. Выявляет отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ; ОПК-1.2. Осуществляет 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.
Общество и государство.	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. Способен учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при со-здании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов
Культура.	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 кругозор в сфере отечественного и мирового культурного процесса; ОПК-3.2. Учитывает достижения отечественной и мировой культуры, а также средства художественной выразительности в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.
Аудитория.	ОПК-4. Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности.	ОПК-4.1. Соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп; ОПК-4.2. Использует основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности, учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.

Медиакоммуникационная система	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. Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях; ОПК-5.2. Осуществляет свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы.
Технологии.	ОПК-6. Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности	ОПК-6.1. Отбирает для осуществления профессиональной деятельности необходимое техническое оборудование и программное обеспечение; ОПК-6.2. Применяет современные цифровые устройства, платформы и программное обеспечение на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.
Эффекты	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; ОПК-7.2. Осуществляет 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

Типы задач профессиональной деятельности	Код и наименование профессиональной компетенции (ПК)	Код и наименование индикатора достижения профессиональной компетенции
Авторский Создание рекламного, PR или иного коммуникационного продукта с учетом специфики разных каналов коммуникации для государственных и бизнес-структур.	ПК-1. Способен создавать рекламные, PR или иные коммуникационные продукты для государственных и бизнес-структур с учетом специфики разных каналов коммуникации	ПК-1.1 Знает: маркетинговые технологии и технологии бренд-менеджмента; содержание методов и приемов разработки рекламного, PR или иного коммуникационного продукта; ПК1.2. Умеет: осуществлять выбор эффективных методов и приемов разработки рекламного, PR или иного коммуникационного продукта и применять их с учетом специфики деятельности государственных и бизнес-структур; ПК-1.3 Владеет: навыками применения эффективных методов и приемов разработки рекламного, PR или иного коммуникационного

		продукта (в том числе современных информационно-компьютерных и интернет-технологий, специализированных программных продуктов)
Маркетинговый Продвижение рекламного, PR или иного коммуникационного продукта государственных и бизнес-структур целевым аудиториям с помощью различных каналов коммуникации.	ПК-2: способен осуществлять маркетинговые исследования в области СМИ.	ПК.2.1 Знает: маркетинговые технологии; основные способы сбора, обработки, анализа и наглядного представления информации; ПК-2.2 Умеет: находить и анализировать необходимую информацию, применять количественные и качественные методы анализа; выявлять факторы, определяющие потребительский спрос на продукцию СМИ, существенные характеристики целевой аудитории потребителей; составлять аналитические отчеты, проводить презентацию результатов маркетингового исследования; ПК 2.3 Владеет навыками: поиска статистической и аналитической информации, характеризующей ситуацию на рынке продукции СМИ; анализа имеющихся данных ситуации на рынке продукции СМИ; определения целевой аудитории потребителей продукции СМИ; контроля выполнения договора, приемки результатов маркетингового исследования. социологического опроса, иных работ и услуг, необходимых для анализа ситуации на рынке продукции СМИ.
	ПК-3: Способен разрабатывать и представлять маркетинговые стратегии государственных и бизнес-структур для продвижения продукции СМИ	ПК-3.1 Знает: маркетинговые технологии и технологии бренд-менеджмента; технологии сегментирования рынка, позиционирования продуктов и компаний, оценки конкурентоспособности продуктов и конкурентов; организацию системы сбыта и товародвижения, планирования оптовых и розничных продаж; ПК-3.2 Умеет: разрабатывать концептуальные и стратегические документы в области маркетинга; интегрировать различные средства продвижения в комплекс маркетинговых коммуникаций; осуществлять планирование мероприятий по продвижению продукции, планирование расходов на их проведение; ПК-3.3 Владеет: навыками разработки концепции продвижения продукции СМИ, формирования коммуникационных целей и маркетинговых стратегий; выбора маркетинговых технологий и инструментов для донесения до потребителя необходимой информации.
Проектный Создание и продвижение коммуникационного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью на всех этапах его жизненного цикла.	ПК-4: способен разрабатывать и продвигать коммуникационный проект в сфере рекламы и связей с общественностью на всех этапах его жизненного цикла.	ПК-4.1. Знает технологии разработки, реализации и продвижения коммуникационных проектов; особенности создания коммуникационного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью для государственных и бизнес-структур; ПК-4.2. Умеет: разрабатывать концептуальные и стратегические документы по созданию, реализации и продвижению коммуникационного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью; использовать современные ИКТ, в том числе интернет-технологии и специализированные

		<p>программные продукты для разработки и продвижения коммуникационного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью; ПК-4.3. Владеет навыками разработки концепции создания, реализации и продвижения коммуникационного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью для государственных и бизнес-структур; навыками представления проектов решений по продвижению продукции СМИ руководству организации</p>
--	--	--

Требования к результатам освоения ОПОП, проверяемые в ходе защиты ВКР

Универсальные компетенции выпускников и индикаторы их достижения

Категория (группа) универсальных компетенций	Код и наименование универсальной компетенции	Код и наименование индикатора достижения универсальной компетенции
Системное и критическое мышление.	УК-1. Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач.	УК-1.1. Знает основные теоретико-методологические положения системного подхода как научной и философской категории; УК-1.2. Осуществляет поиск информации для решения поставленной задачи по различным типам запросов; УК-1.3. Сопоставляет разные источники информации с целью выявления их противоречий и поиска достоверных суждений; УК-1.4. Анализирует информацию и предлагает возможные варианты решения поставленной задачи, оценивая их достоинства и недостатки.
Разработка и реализация проектов.	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 основные законодательные и нормативно-правовые документы, основные этические ограничения, принятые в обществе, основные понятия, методы выработки принятия и обоснования решений задач в рамках поставленной цели, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений, методы выбора оптимального решения задач; УК-2.2. Формулирует перечень взаимосвязанных задач, обеспечивающих достижение поставленной цели, в том числе с использованием сервисных возможностей соответствующих информационных (справочных

		<p>правовых) систем; УК-2.3. Определяет ожидаемые результаты решения задач и разрабатывает различные виды планов по реализации проектов учетом действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений, осуществлять поиск оптимальных способов решения поставленных задач, с учетом действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений; УК-2.4. Проектирует решение задачи, выбирая оптимальный способ ее решения, оценивая вероятные риски и ограничения в выборе решения поставленных задач</p>
<p>Командная работа и лидерство.</p>	<p>УК-3. Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде.</p>	<p>УК-3.1. Знает концепции, принципы и методы построения эффективной работы в команде с учетом правовых и этических принципов и норм социального взаимодействия, сущностные характеристики и типологию лидерства; УК-3.2. Участвует в обмене информацией, знаниями и опытом в интересах выполнения командной задачи, презентуя профессиональные задачи; УК-3.3. Владеет способами самодиагностики определения своего ролевого статуса в команде, приемами эффективного социального взаимодействия и способами их правовой и этической оценки, коммуникативными навыками.</p>
<p>Коммуникация.</p>	<p>УК-4. Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах).</p>	<p>УК-4.1. Знает нормативные, коммуникативные, этические аспекты устной и письменной речи; особенности современных коммуникативно-прагматических правил и этики речевого общения; УК-4.2. Проводит анализ конкретной речевой ситуации; оценивая степень эффективности общения и определяя причины коммуникативных удач и неудач, выявляя и устраняя собственные речевые ошибки; УК-4.3. Создает устные и письменные высказывания, учитывая коммуникативные качества речи; УК 4.3. Владеет устными и письменными речевыми жанрами; принципами создания текстов разных функционально-смысловых типов; общими правилами оформления</p>

		документов различных типов; письменным аргументированным изложением собственной точки зрения.
Межкультурное взаимодействие.	УК-5. Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально- историческом, этическом и философском контекстах	<p>УК-5.1. Знает основные подходы к изучению культурных явлений; многообразие культур и цивилизаций в их взаимодействии во временной ретроспективе, формы межкультурного взаимодействия; особенности и этапы развития духовной и материальной культуры народов мира;</p> <p>УК-5.2. Применяет знания особенностей межкультурного взаимодействия в практической деятельности; критически осмысливает и формирует собственную позицию по отношению к явлениям современной жизни с учетом их культурно-исторической обусловленности;</p> <p>УК-5.3. Владеет нормами взаимодействия и толерантного поведения в условиях культурного, религиозного, этнического, социального многообразия современного общества;</p> <p>УК-5.4. Владеет приемами презентации результатов собственных теоретических изысканий в области межкультурного взаимодействия.</p>
Самоорганизация и саморазвитие (в том числе здоровьесбережение)	УК-6. Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни	<p>УК-6.1. Знает закономерности становления и развития личности; механизмы, принципы и закономерности процессов самоорганизации, самообразования и саморазвития; теорию таймменеджмента;</p> <p>УК-6.2. Умеет определять свои ресурсы и их пределы (личностные, ситуативные, временные и др.) для успешного выполнения порученной работы, ставить цели и устанавливать приоритеты собственного профессионально-карьерного развития с учетом условий, средств, личностных возможностей и временной перспективы достижения; осуществлять самоанализ и рефлексию собственного жизненного</p>

		<p>и профессионального пути;</p> <p>УК-6.3. Владеет методиками саморегуляции эмоционально - психологических состояний в различных условиях деятельности, приемами самооценки уровня развития своих индивидуально-психологических особенностей; технологиями проектирования профессионально-карьерного развития; способами планирования, организации, самоконтроля и самооценки деятельности;</p> <p>УК-6.4. Применяет разнообразные способы, приемы техники самообразования и самовоспитания на основе принципов образования в течение всей жизни.</p>
<p>Самоорганизация и саморазвитие (в том числе здоровьесбережение).</p>	<p>УК-7. Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности</p>	<p>УК-7.1. Демонстрирует знания основ физической культуры и здорового образа жизни; применяет умения и навыки в работе с дистанционными образовательными технологиями;</p> <p>УК-7.2. Применяет методику оценки уровня здоровья; выстраивает индивидуальную программу сохранения и укрепления здоровья с учетом индивидуально-типологических особенностей организма;</p> <p>УК-7.3. Анализирует источники информации, сопоставляет разные точки зрения, формирует общее представление по определенной теме;</p> <p>УК-7.4. Демонстрирует систему практических умений и навыков при выполнении техники двигательных действий в различных видах спорта;</p> <p>УК-7.5. Поддерживает должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности.</p>
<p>Безопасность жизнедеятельности</p>	<p>УК-8. Способен создавать и поддерживать в повседневной жизни и в профессиональной деятельности безопасные условия жизнедеятельности для сохранения природной среды, обеспечения</p>	<p>УК-8.1. Знает терминологию, предмет безопасности личности, общества и государства, источники, причины их возникновения, детерминизм опасностей; методы защиты в условиях чрезвычайных ситуаций; сущность и содержание чрезвычайных ситуаций, их</p>

	<p>устойчивого развития общества, в том числе при угрозе и возникновении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов.</p>	<p>классификацию, поражающие факторы чрезвычайных ситуаций; основные методы защиты производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий и способы применения современных средств поражения, основные меры по ликвидации их последствий; технику безопасности и правила пожарной безопасности;</p> <p>УК-8.2. Способен разрабатывать алгоритм безопасного поведения при опасных ситуациях природного, техногенного и пр. характера; использовать приемы первой помощи, методы защиты в условиях чрезвычайных ситуаций;</p> <p>УК-8.3. Имеет опыт использования основных средств индивидуальной и коллективной защиты для сохранения жизни и здоровья граждан; планирования обеспечения безопасности в конкретных техногенных авариях и чрезвычайных ситуациях; оказания первой помощи пострадавшим в условиях опасных и чрезвычайных ситуаций.</p>
<p>Экономическая культура, в том числе финансовая грамотности</p>	<p>УК-9. Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности.</p>	<p>УК-9.1. Знает базовые экономические понятия, объективные основы функционирования экономики и поведения домохозяйств и его субъектов; ресурсные ограничения экономического развития и особенности циклического развития рыночной экономики; понятие общественных благ, роль государства в их обеспечении и возможностях их получения домохозяйствами, основы функционирования финансовых рынков и принятия домохозяйствами инвестиционных решений;</p> <p>УК-9.2. Умеет использовать понятийный аппарат экономической науки для описания экономических и финансовых процессов функционирования домохозяйств; искать и собирать финансовую и экономическую информацию для принятия обоснованных решений; анализировать финансовую и</p>

		<p>экономическую информацию, необходимую для принятия обоснованных решений в сфере экономики домохозяйства; оценивать процентные, кредитные, курсовые, рыночные, операционные, общеэкономические, политические риски неблагоприятных экономических и политических событий для экономики домохозяйства; решать типичные задачи, связанные с личным финансовым планированием.</p> <p>УК-9.3. Владеет методами оценки будущих доходов и расходов домохозяйства, сравнение условий различных финансовых продуктов и условий инвестирования личных доходов; навыками решения типичных задач в сфере личного экономического и финансового планирования.</p>
Гражданская позиция	<p>УК-10. Способен формировать нетерпимое отношение к проявлениям экстремизма, терроризма, коррупционному поведению и противодействовать им в профессиональной деятельности</p>	<p>УК-10.1. Знает основные понятия экстремизма, терроризма, коррупционного поведения, их основные признаки, актуальные направления государственной политики в сфере противодействия экстремизму, терроризму, коррупции; о негативных последствиях, наступающих в случае привлечения к ответственности за подобные нарушения.</p> <p>УК-10.2. Умеет критически оценивать и выбирать правомерные инструменты формирования нетерпимого отношения к проявлениям экстремизма, терроризма и коррупционного поведения, в том числе в профессиональной деятельности.</p>

Общепрофессиональные компетенции выпускников и индикаторы их достижения

Категория (группа) общепрофессиональных компетенций	Код и наименование общепрофессиональной компетенции	Код и наименование индикатора достижения общепрофессиональной компетенции
Продукт профессиональной деятельности	ОПК-1. 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-1.1. Выявляет отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ; ОПК-1.2. Осуществляет 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.
Общество и государство.	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. Способен учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при со-здании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов
Культура.	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 кругозор в сфере отечественного и мирового культурного процесса; ОПК-3.2. Учитывает достижения отечественной и мировой культуры, а также средства художественной выразительности в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.
Аудитория.	ОПК-4. Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности.	ОПК-4.1. Соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп; ОПК-4.2. Использует основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности, учитывает

		основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.
Медиакоммуникационная система	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. Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях; ОПК-5.2. Осуществляет свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы.
Технологии.	ОПК-6. Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности	ОПК-6.1. Отбирает для осуществления профессиональной деятельности необходимое техническое оборудование и программное обеспечение; ОПК-6.2. Применяет современные цифровые устройства, платформы и программное обеспечение на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.
Эффекты	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; ОПК-7.2. Осуществляет 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

Типы задач профессиональной деятельности	Код и наименование профессиональной компетенции (ПК)	Код и наименование индикатора достижения профессиональной компетенции
Авторский Создание рекламного, PR или иного коммуникационного продукта с учетом специфики разных	ПК-1. Способен создавать рекламные, PR или иные коммуникационные продукты для государственных	ПК-1.1 Знает: маркетинговые технологии и технологии бренд-менеджмента; содержание методов и приемов разработки рекламного, PR или иного коммуникационного продукта; ПК1.2. Умеет: осуществлять выбор эффективных методов и приемов разработки рекламного, PR или иного коммуникационного

каналов коммуникации для государственных и бизнес-структур.	и бизнес-структур с учетом специфики разных каналов коммуникации	продукта и применять их с учетом специфики деятельности государственных и бизнес-структур; ПК-1.3 Владеет: навыками применения эффективных методов и приемов разработки рекламного, PR или иного коммуникационного продукта (в том числе современных информационно-компьютерных и интернет-технологий, специализированных программных продуктов)
Маркетинговый Продвижение рекламного, PR или иного коммуникационного продукта государственных и бизнес-структур целевым аудиториям с помощью различных каналов коммуникации.	ПК-2: способен осуществлять маркетинговые исследования в области СМИ.	ПК.2.1 Знает: маркетинговые технологии; основные способы сбора, обработки, анализа и наглядного представления информации; ПК-2.2 Умеет: находить и анализировать необходимую информацию, применять количественные и качественные методы анализа; выявлять факторы, определяющие потребительский спрос на продукцию СМИ, существенные характеристики целевой аудитории потребителей; составлять аналитические отчеты, проводить презентацию результатов маркетингового исследования; ПК 2.3 Владеет навыками: поиска статистической и аналитической информации, характеризующей ситуацию на рынке продукции СМИ; анализа имеющихся данных ситуации на рынке продукции СМИ; определения целевой аудитории потребителей продукции СМИ; контроля выполнения договора, приемки результатов маркетингового исследования. социологического опроса, иных работ и услуг, необходимых для анализа ситуации на рынке продукции СМИ.
	ПК-3: Способен разрабатывать и представлять маркетинговые стратегии государственных и бизнес-структур для продвижения продукции СМИ	ПК-3.1 Знает: маркетинговые технологии и технологии бренд-менеджмента; технологии сегментирования рынка, позиционирования продуктов и компаний, оценки конкурентоспособности продуктов и конкурентов; организацию системы сбыта и товародвижения, планирования оптовых и розничных продаж; ПК-3.2 Умеет: разрабатывать концептуальные и стратегические документы в области маркетинга; интегрировать различные средства продвижения в комплекс маркетинговых коммуникаций; осуществлять планирование мероприятий по продвижению продукции, планирование расходов на их проведение; ПК-3.3 Владеет: навыками разработки концепции продвижения продукции СМИ, формирования коммуникационных целей и маркетинговых стратегий; выбора маркетинговых технологий и инструментов для донесения до потребителя необходимой информации.
Проектный Создание и продвижение коммуникационного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью на	ПК-4: способен разрабатывать и продвигать коммуникационный проект в сфере рекламы и связей с	ПК-4.1. Знает технологии разработки, реализации и продвижения коммуникационных проектов; особенности создания коммуникационного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью для государственных и бизнес-структур; ПК-4.2. Умеет: разрабатывать концептуальные и

всех этапах его жизненного цикла.	общественностью на всех этапах его жизненного цикла.	стратегические документы по созданию, реализации и продвижению коммуникационного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью; использовать современные ИКТ, в том числе интернет-технологии и специализированные программные продукты для разработки и продвижения коммуникационного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью; ПК-4.3. Владеет навыками разработки концепции создания, реализации и продвижения коммуникационного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью для государственных и бизнес-структур; навыками представления проектов решений по продвижению продукции СМИ руководству организации
-----------------------------------	--	---

2.2. Результаты освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования с учетом профессионального стандарта 06.009 «Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации»:

Обобщенная трудовая функция	Трудовая функция	Код и наименование профессиональной компетенции
Организация продвижения продукции СМИ	Организация маркетинговых исследований в области СМИ	ПК-1. Способен создавать рекламные, PR или иные коммуникационные продукты для государственных и бизнес-структур с учетом специфики разных каналов коммуникации. ПК-2: способен осуществлять маркетинговые исследования в области СМИ.
	Разработка маркетинговой стратегии для продукции СМИ	ПК-3: Способен разрабатывать и представлять маркетинговые стратегии государственных и бизнес-структур для продвижения продукции СМИ. ПК-4: способен разрабатывать и продвигать коммуникационный проект в сфере рекламы и связей с общественностью на всех этапах его жизненного цикла

3. ТРЕБОВАНИЯ К ОРГАНИЗАЦИИ И ПРОВЕДЕНИЮ ГОСУДАРСТВЕННОГО ЭКЗАМЕНА

Общее описание модели проведения государственного экзамена

Государственный экзамен проводится по дисциплинам образовательной программы, результаты освоения которых имеют определяющее значение для профессиональной деятельности выпускников. Форма проведения – экзаменационные билеты. Во время проведения экзамена выпускник должен, опираясь на полученные знания, умения и сформированные компетенции, демонстрировать способности, решать на современном уровне задачи профессиональной деятельности, профессионально излагать информацию, научно аргументировать и защищать свою точку зрения.

В состав экзаменационных билетов государственного экзамена входят два теоретических вопроса и одна практико-ориентированная задача (кейс).

Организация и проведение государственного экзамена осуществляется в соответствии с Программой государственного экзамена.

Программа государственного экзамена

Государственный экзамен проводится по утвержденной ученым советом института

массовых коммуникаций, филологии и политологии программе, содержащей перечень вопросов, кейсовых заданий, 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 проводится консультирование обучающихся по вопросам, включенным в программу государственного экзамена (далее – предэкзаменационная консультация).

При формировании расписания устанавливается перерыв между государственными аттестационными испытаниями (государственный экзамен, защита ВКР) продолжительностью не менее 7 календарных дней.

Государственный экзамен проводится в устной форме. При проведении государственного экзамена в устной форме обучающиеся получают экзаменационный билет, содержащие два вопроса и кейс-задание, составленные в соответствии с утвержденной программой ГИА.

При подготовке к ответу в устной форме студенты делают необходимые записи по каждому вопросу на выданных секретарем ГЭК листах бумаги с печатью факультета массовых коммуникаций, филологии и политологии. На подготовку к ответу первому студенту дается до 1 (академического) часа, остальные студенты отвечают в порядке очередности, причем на подготовку каждому очередному обучающемуся также выделяется до 1 (академического) часа.

Во время проведения государственного экзамена обучающиеся, не должны общаться друг с другом, не могут свободно перемещаться по аудитории.

Если обучающийся, по состоянию здоровья или другим объективным причинам не завершает государственный экзамен, то он досрочно покидает аудиторию. В таком случае секретарь ГЭК составляет акт о досрочном завершении экзамена по объективным причинам.

Если обучающийся по необъективным причинам не завершает государственный экзамен (выбрав билет, задание, отказывается от подготовки и сдачи государственного экзамена и досрочно покидает аудиторию), получает оценку «неудовлетворительно».

После завершения устного ответа члены экзаменационной комиссии, с разрешения ее председателя, могут задавать студенту дополнительные вопросы, не выходящие за пределы программы государственного экзамена. Продолжительность ответа на экзамене должна составлять не более 0,5 (академического) часа. После завершения ответа обучающегося на все вопросы и объявления председателем ГЭК окончания опроса экзаменуемого, члены ГЭК делают отметки в оценочном листе.

Итоговая оценка формируется в соответствии с критериями оценивания ответа выпускника на государственном экзамене.

Результаты государственного экзамена, проводимого в устной форме, объявляются в день его проведения.

4. ТРЕБОВАНИЯ К ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЕ

Структура выпускной квалификационной работы и требования к ее содержанию.

В соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата) выпускная квалификационная работа выполняется на выпускном курсе в форме бакалаврской работы.

ВКР имеет общепринятую **структуру**, которая включает:

- титульный лист;
- реферат;
- содержание;
- введение;
- основная часть;
- заключение;
- список использованных источников;
- приложения.

Бакалаврская работа является итоговым исследованием, в котором студент демонстрирует способности решать задачи профессиональной деятельности на современном

уровне, опираясь на сформированные в процессе обучения компетенции, а также готовность к самостоятельной профессиональной деятельности. Важным компонентом в работе над выпускной квалификационной работой является использование творческих методик и технологий, освоенных в процессе учебы в университете и прохождения практик. Новые решения, предложенные в работе, должны быть строго аргументированы и критически оценены в свете известных научных результатов. В выпускных квалификационных работах, имеющих прикладное значение, должны быть рекомендации для практического использования полученных автором результатов, а в ВКР, имеющих теоретическое значение (если это представляется возможным), – предложения по использованию выводов в исследовательской, учебно-методической деятельности, рекомендации по уточнению тех или иных положений и формулировок в научной проблематике. В работе исследовательского (теоретико-прикладного, прикладного) характера выпускник должен продемонстрировать достаточную степень осведомленности в современных общих проблемах интегрированных коммуникаций и в избранной теме, умение выделить проблему, актуальную в определенной области рекламы и связей с общественностью, определить объект и предмет исследования, сформулировать его цели и задачи, способность исследовать проблему, умение собирать, систематизировать и анализировать эмпирический материал и научную литературу, формулировать четкие и обоснованные выводы, используя теоретические и практические знания, полученные в процессе профессиональной подготовки. В работе выпускник должен продемонстрировать высокую степень практического овладения методами и приемами рекламной и PR деятельности, профессиональные навыки подготовки проектно-аналитической деятельности, а также высокий уровень профессиональной рефлексии – умение оценивать и анализировать свои проекты, используя в качестве исходной базы полученные профессиональные знания.

Требования к содержанию выпускной квалификационной работы

Введение отражает логику проведенного исследования и позволяет оценить степень проработанности темы.

Во введении в краткой форме:

- обосновывается актуальность избранной темы;
- формулируется проблема исследования;
- определяются объект, предмет, цель и задачи ВКР;
- описывается его эмпирическая/информационная база;
- дается оценка теоретической и практической значимости проведенного исследования;
- указывается апробация результатов проведенного исследования;
- отмечаются основные структурные составляющие текста работы.

В основной части работы должно быть полно и систематизировано изложено состояние вопроса, которому посвящена данная работа. Предметом анализа должны быть новые идеи, проблемы, возможные подходы к их решению, результаты предыдущих исследований по вопросу, которому посвящена данная работа (при необходимости), а также возможные пути решения поставленных целей и задач.

Основная часть выпускной ВКР состоит из нескольких логически завершенных разделов (глав), которые могут разбиваться на параграфы и пункты. Каждый из разделов (глав) посвящен решению одной из задач, сформулированных во введении. Каждая глава является базой для последующей. Количество глав не может быть менее одной. Названия глав должны быть предельно краткими и точно отражать их основное содержание. Название главы не может повторять название ВКР. Последовательность теоретического и экспериментального разделов в основной части выпускной работы не является регламентированной и определяется типом и логикой исследования. В заключительной главе анализируются основные результаты, полученные лично автором в процессе исследования, приводятся разработанные им рекомендации и предложения, опыт и перспективы их практического применения.

В заключение работы дается обобщенная итоговая оценка проделанной научно-исследовательской работы. По содержанию заключения судят о профессиональной зрелости и практической квалификации, о теоретической и практической значимости ВКР. Важно, чтобы

заключение не стало механическим суммированием выводов по параграфам и главам. Оно должно быть итогом интегрирования этих выводов, синтезированным выражением всего существенного, что содержится в работе. Как правило, в заключении выпускной квалификационной работы отражаются следующие аспекты:

- перспективность использованного подхода;
- новизна работы;
- целесообразность применения тех или иных методов и методик;
- сжатая формулировка основных выводов, полученных в результате проведения исследования.

Список использованных источников помещается после заключения и оформляется в соответствии с требованиями ГОСТ.

В приложения включаются материалы, имеющие дополнительное справочное или документально подтверждающее значение, но не являющиеся необходимыми для понимания содержания ВКР, например, копии документов, выдержки из отчетных материалов, отдельные положения из инструкций и правил, статистические данные, данные о проекте. Приложения не должны составлять более 1/3 общего объема ВКР.

Примерная тематика и порядок утверждения тем ВКР

Тематика ВКР и их руководители определяются выпускающей кафедрой. При определении тематики учитываются конкретные задачи в данной профессиональной области подготовки. Общий перечень тем ВКР ежегодно обновляется с учетом мнения работодателей и утверждения новых профессиональных стандартов, соответствующих профилю ОПОП.

После выбора темы каждому выпускнику необходимо написать заявление на имя заведующего выпускающей кафедрой.

Перечень тем ВКР и научных руководителей ВКР, предлагаемых обучающимся, утверждается ученым советом института массовых коммуникаций, филологии и политологии и доводится до сведения обучающихся не позднее, чем за 6 месяцев до даты начала ГИА.

Примерная тематика ВКР в соответствии с направлением подготовки выпускников:

- Особенности использования цветовых решений в визуальных коммуникациях.
- Проект коммуникационной кампании для салона красоты.
- Система коммуникаций политического лидера (на примере ...).
- Сторителлинг как коммуникационная технология в корпоративных коммуникациях(на примере ...).
- Бренд коммерческой организации: разработка и реализация.
- Система коммуникаций в индустрии фитнеса (на примере фитнес-центра ...).
- Инструменты формирования направления «лайфстайл» в глянцевах журналах и блогах.
- Видеореклама как инструмент визуальных коммуникаций.
- Системакоммуникаций в организациях сферы образования (на примере ...).
- Специальные мероприятия в системе коммуникаций высших учебных заведений (на примере ...).
- Интегрированные маркетинговые коммуникации в сфере строительства (на примере ...).
- Антикризисные коммуникации на рынке пищевых продуктов (на примере...).
- Проекткоммуникационной кампании для хендмейд продуктов.
- Система коммуникации в сфере муниципального управления (на материале ...).
- Международная выставочная деятельность как технология формирования имиджа туристической организации (на примере ...).
- Стратегия продвижения Алтайского края как территории для постоянного местожительства.
- Коммуникационная система агропромышленных предприятий (на примере ...)
- Событийный маркетинг на продовольственном рынке (на примере ...).

- Имиджевые коммуникации города-курорта (на примере г. Белокурихи).
- Социальная реклама в Алтайском крае.
- Блог как инструмент формирования политического имиджа (на примере ...). Коммуникационная деятельность отраслевых СМИ (на примере ...).
- Коммуникации в ресторанном бизнесе (на примере ...).
- Система коммуникаций религиозных организаций (на примере ...).
- Система коммуникаций в индустрии безалкогольных напитков (на примере ...). Инструменты формирования бренда территории (на примере ...).
- Система коммуникаций органов исполнительной власти (на примере ...).
- Маркетинговые коммуникации в медиабизнесе.
- Система коммуникаций на рынке медицинских услуг (на примере ...).
- Гендерные стереотипы в восприятии цвета в рекламе (на примере ...)
- Конкурентные коммуникационные стратегии компаний (на примере ...)
- Особенности коммуникативной эффективности ВУЗов (на примере ...)
- Имиджевые коммуникации спортивных организаций (на примере ...)
- Оценка коммуникативной эффективности сайтов институтов АлтГУ
- Система коммуникаций в индустрии косметических товаров (на примере ...)
- Оценка эффективности коммуникационных стратегий в сфере благотворительности(на примере ...)
- Особенности рекламного сопровождения брендированной продукции.
- Особенности коммуникативной эффективности ВУЗов Сибирского региона(на примере ...)
- Информационный повод как инструмент управления информационным пространством
- Особенности использования психотехнологий в рекламной деятельности.
- Система коммуникаций в фитнес-индустрии (на примере ...)
- Инфографика как графический способ подачи информации (на примере ...)
- SMM-продвижение спортивных клубов (на примере ...)
- Видео как инструмент корпоративных коммуникаций (на примере ...)
- Коммуникационные инструменты в сфере программ академической мобильности(на примере ..)
- Ребрендинг как способ повышения конкурентной способности компании
- Региональная специфика PR-отдела крупной российской компании
- Система маркетинговых коммуникаций в банковской сфере
- Современные технологии FASHION – маркетинга.
- Спонсорство как технология PR.
- Стратегия управления деловой репутацией малого предприятия.
- Тенденции развития рекламного рынка в России.
- Формирование имиджа аграрного предприятия.
- Креативные технологии в рекламе: особенности разработки и реализации.
- Архетипы в рекламе: эффективность применения.
- Мифологические аспекты воздействия рекламы на потребителя
- мода как фактор формирования современного рекламного продукта.
- Особенности позиционирования рекламно-информационного журнала.
- Проблемы законодательного регулирования рекламы.
- Психология рекламного воздействия.
- Реклама в сфере политических коммуникаций
- Манипуляции как средство повышения эффективности рекламного воздействия.
- Рекламный слоган как средство воздействия на потребителя
- Скрытая реклама в тексте журнальных публикаций.
- Стереотипы в рекламных коммуникациях.
- Технологии программирования и манипулирования в телевизионной рекламе.
- Феномен популярной личности в рекламе.
- Функциональный потенциал метафоры в современной печатной рекламе.
- Языковая игра как способ повышения эффективности рекламной коммуникации.
- Документальное кино как средство формирования политического мифа.
- Интернет как механизм коммуникативного воздействия на социум.
- Информационная политика медиахолдинга: региональный аспект.
- Корпоративная газета как внутренний механизм регулирования репутации организации.
- Медиа-события и медиа-кризисы в информационных войнах.

- Организации и проведения PR-кампании в сети Интернет.
- Особенности позиционирования региональной радиостанции.
- Производство новостей: влияние властной повестки дня на конструирование медиа-реальности
- СМИ как инструмент управления общественным мнением.
- Влияние СМИ на формирование общественного мнения о НКО.
- Формирование имиджа общественной организации.
- Брендинг в России: национально-культурные особенности.
- Организация и проведение выставок как инструмент PR-специалиста
- Коммуникационные инструменты детского маркетинга (на примере ...).
- Система коммуникаций справочных информационных систем (на примере ...).
- Event-мероприятия как инструмент PR-деятельности.
- Роль и место PR-коммуникаций в кризисных ситуациях.

Порядок выполнения и представления в ГЭК выпускной квалификационной работы

В ходе выполнения обучающимся ВКР руководитель консультирует его по всем вопросам подготовки ВКР, рассматривает и корректирует план работы над ВКР, дает рекомендации по списку используемых источников, указывает обучающемуся на недостатки аргументации, композиции, стиля и т.д. и рекомендует, как их лучше устранить.

Обучающийся периодически информирует руководителя о ходе подготовки ВКР работы и консультируется по вызывающим затруднения вопросам.

Подготовленная к защите ВКР представляется выпускником руководителю, не позднее, чем за 20 дней до защиты.

После завершения подготовки обучающимся ВКР руководитель ВКР представляет в ГЭК письменный отзыв о работе обучающегося в период подготовки ВКР, в котором всесторонне характеризует качество ВКР. При этом руководитель не выставляет оценку ВКР, а только рекомендует ее к защите в ГЭК.

Секретарь ГЭК обеспечивает ознакомление обучающегося с отзывом не позднее, чем за 5 календарных дней до дня защиты выпускной квалификационной работы.

Полностью законченная и оформленная в надлежащем порядке ВКР (с титульным листом, подписанным выпускником и руководителем ВКР, и последним листом ВКР), отзыв передаются в ГЭК не позднее, чем за 2 календарных дня до дня защиты ВКР.

Тексты ВКР, за исключением текстов ВКР, содержащих сведения, составляющие государственную тайну, размещаются в электронно-библиотечной системе университета и проверяются на объём заимствования в системе «Антиплагиат». Порядок размещения текстов ВКР в электронно-библиотечной системе университета, проверки на объём заимствования, в том числе содержательного, выявления неправомерных заимствований устанавливается университетом.

• Порядок защиты выпускной квалификационной работы

Защита ВКР происходит на открытом заседании ГЭК, на защиту одной ВКР отводится до 30 минут. Процедура защиты устанавливается председателем ГЭК по согласованию с членами комиссии и, как правило, включает доклад студента (до 15 минут), чтение отзыва, вопросы членов комиссии, ответы обучающегося на вопросы членов ГЭК.

Основными задачами ГЭК являются определение уровня теоретической и практической профессиональной подготовки выпускника и формирование экспертной оценки сформированности освоенных им компетенций, а также принятие решения о возможности выдачи ему диплома о соответствующей квалификации.

Выпускник должен подготовить доклад (до 15 минут), в котором четко и кратко излагаются основные положения ВКР, при этом целесообразно пользоваться проектором. Допустимо использовать раздаточный материал для председателя и членов ГЭК.

Доклад включает в себя: актуальность выбранной темы, предмет изучения, результаты, достигнутые в ходе исследования и вытекающие из исследования основные выводы.

Доклад не должен быть перегружен цифровыми данными, которые приводятся только в том случае, если они необходимы для доказательства или иллюстрации того или иного вывода.

По окончании доклада выпускнику задают вопросы председатель, члены ГЭК, присутствующие.

После ответов обучающегося на вопросы руководитель ВКР зачитывает отзыв. При отсутствии руководителя ВКР отзыв зачитывается секретарем ГЭК. Затем предоставляется заключительное слово выпускнику.

Критерии выставления оценок (соответствия уровня подготовки выпускника требованиям ФГОС) на основе выполнения и защиты квалификационной работы

4-балльная шкала	Показатели	Критерии
Отлично	1. Теоретическая и практическая значимость работы, ее новизна 2. Самостоятельное выполнение работы 3. Уровень подготовленности	ВКР носит исследовательский характер, содержит грамотно изложенную теоретическую базу, содержательный анализ практического материала, характеризуется логичным изложением материала с соответствующими выводами и обоснованными предложениями; ВКР оценена на «отлично» руководителем.
Хорошо	обучающегося к решению профессиональных задач 4. Навыки публичной дискуссии, защиты собственных идей, предложений и рекомендаций 5. Правильность и полнота ответов на вопросы членов ГЭК	ВКР носит исследовательский характер, содержит грамотно изложенную теоретическую базу, достаточно подробный анализ практического материала; характеризуется в целом последовательным изложением материала; выводы по работе носят правильный, но не вполне развернутый характер; при защите обучающийся в целом показывает знания в определенной области, умеет опираться на данные своего исследования, вносит свои рекомендации; во время доклада, обучающийся без особых затруднений отвечает на поставленные вопросы; ВКР оценена положительно руководителем.
Удовлетворительно		ВКР носит исследовательский характер, содержит теоретическую главу и базируется на практическом материале, но отличается поверхностным анализом и недостаточно критическим разбором; в работе просматривается непоследовательность изложения материала, представлены недостаточно обоснованные утверждения; в отзывах руководителя имеются замечания по содержанию работы и методики анализа; при защите обучающийся проявляет неуверенность, показывает слабое знание вопросов определенной области, не дает полного, аргументированного ответа на заданные вопросы.
Неудовлетворительно		ВКР не носит исследовательского характера, не содержит практического разбора; не отвечает требованиям, изложенным в методических указаниях АлтГУ; не имеет выводов либо они носят декларативный характер; в отзывах руководителя имеются замечания по содержанию работы и методики анализа; при защите обучающийся затрудняется отвечать на поставленные вопросы по теме, не знает теории вопроса, при ответе допускает существенные ошибки.

5. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ ВЫПУСКНИКОВ ПРИ ПОДГОТОВКЕ К ГИА

Подготовка к государственному экзамену

Государственный итоговый экзамен выявляет степень соответствия знаний и умений выпускника в области профессиональных дисциплин. Подготовку необходимо осуществлять по вопросам и образцам кейсовых заданий, которые впоследствии войдут в экзаменационные билеты. В процессе подготовки рекомендуется составить расширенный план ответа по каждому вопросу, пользоваться при подготовке ответов рекомендованной обязательной и дополнительной литературой, а также Интернет-источниками. В случае возникновения трудностей при подготовке к государственному экзамену необходимо обращаться к преподавателям за соответствующими разъяснениями. Обязательным является посещение консультаций, которые проводятся выпускающей кафедрой. Материал по раскрываемому вопросу необходимо излагать структурированно и логично. По своей форме ответ должен быть уверенным и четким. Рекомендуется активно использовать опыт собственной практики, полученной при прохождении производственных практик, а также дополнительные знания по социогуманитарным дисциплинам.

Перечень рекомендуемой литературы для подготовки к государственному экзамену

1. Ачкасова, Вера Алексеевна Связи с общественностью в органах власти: Учебник и практикум/ под ред. Ачкасовой В.А., Быкова И.А.- Москва : Издательство Юрайт, 2019.- 163.- (Бакалавр и магистр. Академический курс) Режим доступа: <https://www.urait.ru> ISBN 978-5-534-07448-2.
2. Борщевский Г. А. Связи с общественностью в органах власти : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Г. А. Борщевский. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 267 с. — (Серия : Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5- 534-04736-3. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/4DBBE6C8-A970-4A8C-8870-77F837F88DC1
3. Васильева, Мария Михайловна Связи с общественностью в органах власти: Учебник/ под ред. Васильевой М.М.- 2-е изд.- Москва : Издательство Юрайт, 2019.- 366.- (Бакалавр. Академический курс) Режим доступа: <https://www.urait.ru>. ISBN 978-5-534-04540-6.
4. Голубкова Е. Н. Интегрированные маркетинговые коммуникации : учебник и практикум для академического бакалавриата / Е. Н. Голубкова. — 3-е изд., перераб. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 363 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-04357-0. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/97D5E319-C81E-4D96-9A25-3C35D77CC429
5. Емельянов С. М. Теория и практика связей с общественностью : учебное пособие для академического бакалавриата / С. М. Емельянов. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 231 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-02871-3. — Режим доступа: www.biblio-online.ru/book/463D79D1-24A2-40AE-8D02-BC0595D90A1D
6. Емельянов, Станислав Михайлович Теория и практика связей с общественностью: Учебное пособие/ Емельянов С. М.- 2-е изд.- Москва : Издательство Юрайт, 2019.- 197.- (Бакалавр. Академический курс) Режим доступа: <https://www.urait.ru>. ISBN 978-5-534-08991-2
7. Жильцова О. Н. Связи с общественностью : учебное пособие для академического бакалавриата / О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. — М.: Издательство Юрайт, 2018. — 337 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-9890-0. — Режим доступа: www.biblio-online.ru/book/6450F6BE-CE23-4946-8078-93121F0C851D
8. Жильцова, Ольга Николаевна Связи с общественностью: Учебное пособие/ Жильцова О. Н., Синяева И. М., Жильцов Д. А.- Москва : Издательство Юрайт, 2019.- 337.- (Бакалавр. Академический курс). Режим доступа: <https://www.urait.ru>. ISBN 978-5-9916-9890-0.

9. Коноваленко, Валерий Адольфович Основы интегрированных коммуникаций: Учебник и практикум/ Коноваленко В. А., Коноваленко М. Ю., Швед Н. Г.- Москва : Издательство Юрайт, 2019.- 486.- (Бакалавр. Академический курс). Режим доступа: <https://www.urait.ru>. ISBN 978-5-9916-3061-0

10. Коноваленко, Валерий Адольфович Реклама и связи с общественностью: введение в специальность: Учебник для бакалавров/ Коноваленко В. А., Коноваленко М. Ю., Швед Н. Г.- Москва: Издательство Юрайт, 2020. – 383 с. (Бакалавр. Академический курс). Режим доступа: <https://www.urait.ru>. ISBN 978-5-9916-2851-8.

11. Синяева, Инга Михайловна Реклама и связи с общественностью: Учебник для бакалавров/ Синяева И. М., Жильцова О. Н., Жильцов Д. А.- Москва : Издательство Юрайт, 2019.- 552.- (Бакалавр. Академический курс) Режим доступа: <https://www.urait.ru> ISBN 978-5-9916-3181-5

12. Фадеева, Елена Николаевна Связи с общественностью: Учебник и практикум/ Фадеева Е. Н., Сафронов А. В., Красильникова М. А.- Москва : Издательство Юрайт, 2019.- 263.- (Бакалавр. Академический курс) Режим доступа: <https://www.urait.ru>. ISBN 978-5-534-00227-0.

13. Чумиков, Александр Николаевич Связи с общественностью. Практикум: Учебное пособие/ Чумиков А. Н.- Москва: Издательство Юрайт, 2019.- 173.- (Бакалавр. Академический курс). Режим доступа: <https://www.urait.ru>. ISBN 978-5-534-06706-4

14. Шарков Ф.И. Интерактивные электронные коммуникации (возникновение – Четвертой волны): учебное пособие / Ф.И. Шарков. - 3-е изд. - М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2017. - 260 с.: ил. - Библиогр.: с. 254-255. - ISBN 978-5-394-02257-9; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=454124>

15. Щепилова Г. Г. Реклама: учебник для академического бакалавриата / Г. Г. Щепилова, К. В. Щепилов. — 2-е изд., перераб. и доп. — М.: Издательство Юрайт, 2018. — 381 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-01220-0. — Режим доступа: www.biblio-online.ru/book/5B5AE353-53DD-40E6-AEE5-60670F5234CE

• Подготовка к защите ВКР

Процедура защиты ВКР включает доклад студента по теме выпускной квалификационной работы, на который отводится до 15 минут.

Обучающийся-выпускник под руководством научного руководителя разрабатывает доклад к защите и его краткие тезисы для возможной публикации в открытой печати.

В докладе должны применяться научные термины. Доклад может быть составлен в двух вариантах:

1. Изложение основного содержания каждой главы ВКР. При этом главное внимание должно быть уделено выводам и рекомендациям, разработанным выпускником.

2. Изложение главных проблем проведенного исследования. Этот вариант более трудный, но он предпочтительный, так как акцентирует внимание на узловых моментах проделанной работы.

При разработке доклада целесообразно соблюдение структурного и методологического единства материалов доклада и иллюстраций к докладу. Тезисы докладов к защите должны содержать обязательное обращение к членам ГЭК, представление темы дипломного проекта. Должно быть проведено обоснование актуальности выбранной темы ВКР, сформулирована основная цель исследования и перечень необходимых для ее решения задач. В докладе должны найти обязательное отражение результаты проведенного анализа, включая описание структуры, функций и ключевых результатов деятельности организации.

Примерный регламент доклада на защите ВКР

№ п/п	Разделы доклада	≈ время, мин.
	Тема ВКР	0,5
	Цель работы, объект, предмет и задачи	0,5
	Актуальность исследуемой проблемы	1,5

	Краткое изложение содержания ВКР	6,0
	Основные результаты, полученные в ходе работы	2,5
	Рекомендации по направлениям решения исследуемой проблемы и практическому использованию результатов исследования	4
	Общее время доклада:	15

Доклад следует начинать с обоснования актуальности темы исследования, его целей и задач, методов исследования.

Основная часть доклада должна содержать: краткую характеристику объекта и предмета исследования, результаты проведенного обучающимся(ися) анализа, выявленные проблемы, обоснованные предложения по совершенствованию исследуемой системы и направления, методы, средства реализации этих предложений.

В заключении приводятся выводы по результатам ВКР.

По теме ВКР подготавливается презентация (слайды) в программе PowerPoint, раскрывающая основное содержание и тему исследования.

Для презентации 15 минутного доклада разрабатывать не более 10-12 слайдов. В это число входят три обязательных текстовых слайда:

- титульный слайд с названием темы и фамилией автора(ов) и руководителя ВКР;
- слайд с указанием цели и задач;
- слайд по итоговым выводам по ВКР.

Остальные слайды должны схематично раскрывать содержание ВКР, включать минимальный объем поясняющего текста и в наглядной форме представлять основные положения работы. Не допускается использование только текстовых слайдов, за исключением трех выше названных.

Состав и содержание слайдов презентации должны демонстрировать глубину проработки и понимания выбранной темы ВКР, а также навыки владения современными информационными технологиями.

Основными принципами при составлении подобной презентации являются лаконичность, ясность, уместность, сдержанность, наглядность (подчеркивание ключевых моментов), запоминаемость (разумное использование ярких эффектов).

При разработке оформления можно использовать дизайн шаблонов. Не следует злоупотреблять эффектами анимации. Оптимальной настройкой эффектов анимации является появление в первую очередь заголовка слайда, а затем – текста по абзацам. При этом, если несколько слайдов имеют одинаковое название, то заголовок слайда должен постоянно оставаться на экране. Динамическая анимация эффективна тогда, когда в процессе выступления происходит логическая трансформация существующей структуры в новую структуру, предлагаемую вами.

Для составления текста слайдов целесообразно в каждом разделе (главе, параграфе) работы выделить 2-3 проблемы и продумать порядок их наиболее наглядного – через таблицу, схему, график, маркированный список - представления.

Следует избегать перенасыщения слайдов неструктурированным («сплошным») текстом. На слайде максимально допускается 8-10 текстовых строк. Желательно их структурировать: представить в виде маркированного списка, таблиц, блок-схем и др. Следует также избегать другой крайности: увлечения многообразием изобразительных возможностей. Выбирая варианты цветового оформления слайдов, варианты шрифтов, рисунков и др., следует помнить, что главная задача презентации – представить содержание ВКР. Дизайн слайда должен помогать такому представлению, а не становиться самоцелью.

Избираемый шрифт должен быть удобочитаемым на настенном экране. Для заголовков оптимальным является размер шрифта 44-48 пункта, для основного текста – 28-

32. Для презентаций ВКР нецелесообразно использовать анимацию, поскольку она требует очень точного расчета времени доклада. Исходя из этих же соображений, целесообразна ручная, а не автоматическая смена слайдов.

В презентации рекомендуется использовать следующие виды диаграмм:

- процент, когда необходимо сравнить данные как процентные доли от целого (секторная, круговая диаграмма);
- доли, если надо сравнить или ранжировать данные (горизонтальные или

- вертикальные гистограммы);
- время, если необходимо показать изменения за период времени (линейные графики);
- частота, если необходимо показать количество предметов в увязке с различными числовыми диапазонами или характеристиками (линейные графики);
- корреляции, если необходимо показать взаимосвязь между переменными (линейный график и точечная диаграмма).
- В слайдах используются следующие типы заголовков:
- название предмета, когда нет необходимости передавать конкретное послание, а нужно только представить информацию;
- тематический заголовок, для того, чтобы сообщить членам ГЭК о том, какая информация будет извлечена из представленных данных;
- заголовок-утверждение, когда надо изложить вывод, сделанный докладчиком на основании изложенных выше данных.

При оформлении фона слайдов следует избегать темных тонов.

Шаблон оформления слайдов желательно подбирать в соответствии с темой работы и не перегружать дополнительными элементами художественного, но мало информативного характера.

Эффективная подача презентации достигается за счет выполнения четырех общепринятых этапов: планирования, подготовки, практики и презентации. Планирование – определение основных моментов доклада на основе анализа аудитории. Подготовка – формулировка доклада, подготовка структуры и времени показа презентации. Практика – просмотр презентации, репетиция и получение отзывов; пробуждение интереса у аудитории и приобретение уверенности в презентации. Презентация – абсолютное владение данной темой, максимальное привлечение внимания аудитории и донесение до нее важности сообщения.

Обучающийся обязательно должен располагать полным текстом своего доклада.

Необходимо провести репетицию презентации в присутствии зрителей и слушателей, замечания которых следует учесть при подготовке окончательного варианта презентации.

6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКАЯ БАЗА, НЕОБХОДИМАЯ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ГИА

Помещение для проведения ГИА представляет собой учебную аудиторию для проведения учебных занятий, предусмотренных программой бакалавриата, оснащенное оборудованием и компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации.

Организация обеспечена необходимым комплектом лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства.

Обучающимся обеспечен доступ (удаленный доступ) к современным профессиональным базам данных и информационным справочным системам.

7. ОРГАНИЗАЦИЯ ГИА ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ (ОВЗ) И ИНВАЛИДОВ

Для студентов с ограниченными возможностями здоровья (далее ОВЗ) и инвалидов государственная итоговая аттестация проводится с учетом особенностей их психофизического развития, их индивидуальных возможностей и состояния здоровья (в соответствии с Приказом Минобрнауки России от 29.06.2015 № 636 «Об утверждении Порядка проведения государственной итоговой аттестации по образовательным программам высшего образования-программам бакалавриата, программам специалитета и программам магистратуры», п.43-48). Под специальными условиями при проведении ГИА для обучающихся с ОВЗ и инвалидов понимаются условия, включающие в себя форму получения информации по вопросам проведения ГИА, использование специальных технических средств, предоставление услуг ассистента, оказывающего обучающимся необходимую техническую помощь, увеличение продолжительности государственного итогового испытания, обеспечение доступа в аудитории и другие условия, без которых невозможно или затруднено прохождение ГИА обучающимися с ограниченными возможностями здоровья инвалидами.

Не позднее чем за 3 месяца до начала ГИА студент с ОВЗ должен подать письменное заявление о необходимости создания для него специальных условий для сдачи госэкзамена и защиты ВКР с указанием его индивидуальных особенностей. По письменному заявлению обучающегося с ОВЗ может быть увеличена продолжительность подготовки к госэкзамену и выступления при защите ВКР (не более чем на 15 минут).

В соответствии с локальными нормативными актами университета возможно проведение государственной итоговой аттестации с применением исключительно дистанционных технологий.

Согласовано:

Руководитель ОПОП  / Валюлина Е.В.

Заведующий кафедрой МТриСО  / Ковалева А.В.

Руководитель ИМКФиП  / Мансков С.А.

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования «Алтайский государственный университет»

Институт массовых коммуникаций, филологии и политологии
Кафедра медиакоммуникаций, технологий рекламы и связей с общественностью

**ФОНД
ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ**
для государственной итоговой аттестации

подготовки бакалавра по направлению
42.03.01 Реклама и связи с общественностью
(код и наименование направления)

«Реклама и связи с общественностью в государственных и бизнес-структурах»
(профиль)

Разработчики:

к.филол.н., доцент Е.В. /Е.В. Валюлина
д.социол.н., профессор А. /А.В. Ковалева

Согласовано:

Представитель организации-работодателя:
директор Интернет-агентства «Веб+»

И.А. Василенко



Барнаул 2020

1. Перечень компетенций, которыми должны овладеть обучающиеся в результате освоения образовательной программы

Подготовка и сдача государственного экзамена

Компетенции	Показатели	Оценочное средство
<p>УК-1. Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач</p>	<p>УК-1.1. Знает основные теоретико-методологические положения системного подхода как научной и философской категории;</p> <p>УК-1.2. Осуществляет поиск информации для решения поставленной задачи по различным типам запросов;</p> <p>УК-1.3. Сопоставляет разные источники информации с целью выявления их противоречий и поиска достоверных суждений;</p> <p>УК-1.4. Анализирует информацию и предлагает возможные варианты решения поставленной задачи, оценивая их достоинства и недостатки.</p>	<p>Государственный экзамен</p>
<p>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</p>	<p>УК-2.1. Знает основные законодательные и нормативно-правовые документы, основные этические ограничения, принятые в обществе, основные понятия, методы выработки принятия и обоснования решений задач в рамках поставленной цели, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений, методы выбора оптимального решения задач;</p> <p>УК-2.2. Формулирует перечень взаимосвязанных задач, обеспечивающих достижение поставленной цели, в том числе с использованием сервисных возможностей соответствующих информационных (справочных правовых) систем;</p> <p>УК-2.3. Определяет ожидаемые результаты решения задач и разрабатывает различные виды планов по реализации проектов учетом действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений, осуществлять поиск оптимальных способов решения поставленных задач, с учетом действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений;</p> <p>УК-2.4. Проектирует решение задачи, выбирая оптимальный способ ее решения, оценивая вероятные риски и ограничения в выборе решения поставленных задач</p>	<p>Государственный экзамен</p>
<p>УК-3. Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде</p>	<p>УК-3.1. Знает концепции, принципы и методы построения эффективной работы в команде с учетом правовых и этических принципов и норм социального взаимодействия, существенные характеристики и типологию лидерства;</p> <p>УК-3.2. Участвует в обмене информацией,</p>	<p>Государственный экзамен</p>

	<p>знаниями и опытом в интересах выполнения командной задачи, презентуя профессиональные задачи;</p> <p>УК-3.3. Владеет способами самодиагностики определения своего ролевого статуса в команде, приемами эффективного социального взаимодействия и способами их правовой и этической оценки, коммуникативными навыками.</p>	
<p>УК-4. Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)</p>	<p>УК-4.1. Знает нормативные, коммуникативные, этические аспекты устной и письменной речи; особенности современных коммуникативно-прагматических правил и этики речевого общения;</p> <p>УК-4.2. Проводит анализ конкретной речевой ситуации; оценивая степень эффективности общения и определяя причины коммуникативных удач и неудач, выявляя и устраняя собственные речевые ошибки;</p> <p>УК-4.3. Создает устные и письменные высказывания, учитывая коммуникативные качества речи; УК 4.3. Владеет устными и письменными речевыми жанрами; принципами создания текстов разных функционально-смысловых типов; общими правилами оформления документов различных типов; письменным аргументированным изложением собственной точки зрения.</p>	Государственный экзамен
<p>УК-5. Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально- историческом, этическом и философском контекстах</p>	<p>УК-5.1. Знает основные подходы к изучению культурных явлений; многообразие культур и цивилизаций в их взаимодействии во временной ретроспективе, формы межкультурного взаимодействия; особенности и этапы развития духовной и материальной культуры народов мира;</p> <p>УК-5.2. Применяет знания особенностей межкультурного взаимодействия в практической деятельности; критически осмысливает и формирует собственную позицию по отношению к явлениям современной жизни с учетом их культурно-исторической обусловленности;</p> <p>УК-5.3. Владеет нормами взаимодействия и толерантного поведения в условиях культурного, религиозного, этнического, социального многообразия современного общества;</p> <p>УК-5.4. Владеет приемами презентации результатов собственных теоретических изысканий в области межкультурного взаимодействия.</p>	Государственный экзамен

<p>УК-6. Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни</p>	<p>УК-6.1. Знает закономерности становления и развития личности; механизмы, принципы и закономерности процессов самоорганизации, самообразования и саморазвития; теорию таймменеджмента;</p> <p>УК-6.2. Умеет определять свои ресурсы и их пределы (личностные, ситуативные, временные и др.) для успешного выполнения порученной работы, ставить цели и устанавливать приоритеты собственного профессионально-карьерного развития с учетом условий, средств, личностных возможностей и временной перспективы достижения; осуществлять самоанализ и рефлекссию собственного жизненного и профессионального пути;</p> <p>УК-6.3. Владеет методиками саморегуляции эмоционально - психологических состояний в различных условиях деятельности, приемами самооценки уровня развития своих индивидуально-психологических особенностей; технологиями проектирования профессионально-карьерного развития; способами планирования, организации, самоконтроля и самооценки деятельности;</p> <p>УК-6.4. Применяет разнообразные способы, приемы техники самообразования и самовоспитания на основе принципов образования в течение всей жизни.</p>	<p>Государственный экзамен</p>
<p>УК-7. Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности</p>	<p>УК-7.1. Демонстрирует знания основ физической культуры и здорового образа жизни; применяет умения и навыки в работе с дистанционными образовательными технологиями;</p> <p>УК-7.2. Применяет методику оценки уровня здоровья; выстраивает индивидуальную программу сохранения и укрепления здоровья с учетом индивидуально-типологических особенностей организма;</p> <p>УК-7.3. Анализирует источники информации, сопоставляет разные точки зрения, формирует общее представление по определенной теме;</p> <p>УК-7.4. Демонстрирует систему практических умений и навыков при выполнении техники двигательных действий в различных видах спорта;</p> <p>УК-7.5. Поддерживает должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности.</p>	<p>Государственный экзамен</p>

<p>УК-8. Способен создавать и поддерживать безопасные условия жизнедеятельности, в том числе при возникновении чрезвычайных ситуаций</p>	<p>УК-8.1. Знает терминологию, предмет безопасности жизнедеятельности личности, общества и государства, источники, причины их возникновения, детерминизм опасностей; методы защиты в условиях чрезвычайных ситуаций; сущность и содержание чрезвычайных ситуаций, их классификацию, поражающие факторы чрезвычайных ситуаций; основные методы защиты производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий и способы применения современных средств поражения, основные меры по ликвидации их последствий; технику безопасности и правила пожарной безопасности;</p> <p>УК-8.2. Способен разрабатывать алгоритм безопасного поведения при опасных ситуациях природного, техногенного и пр. характера; использовать приемы первой помощи, методы защиты в условиях чрезвычайных ситуаций;</p> <p>УК-8.3. Имеет опыт использования основных средств индивидуальной и коллективной защиты для сохранения жизни и здоровья граждан; планирования обеспечения безопасности в конкретных техно-генных авариях и чрезвычайных ситуациях; оказания первой помощи пострадавшим в условиях опасных и чрезвычайных ситуаций.</p>	<p>Государственный экзамен</p>
<p>ОПК-1. 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</p>	<p>Знает: основы создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов.</p> <p>Умеет: выявлять отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ.</p> <p>Владеет: навыками подготовки 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.</p>	<p>Государственный экзамен</p>
<p>ОПК-2. Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах</p>	<p>Знает: систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития.</p> <p>Умеет: учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов.</p> <p>Владеет: навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов, освещаемых тенденции развития общественных и государственных институтов.</p>	<p>Государственный экзамен</p>

<p>ОПК-3. Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов</p>	<p>Знает: основные достижения отечественной и мировой культуры. Умеет: 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. Владеет: навыками демонстрации кругозора в сфере отечественного и мирового культурного процесса.</p>	<p>Государственный экзамен</p>
<p>ОПК-4. Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности</p>	<p>Знает: основные запросы и потребности общества и отдельных аудиторных групп в сфере рекламы и связей с общественностью. Умеет: соотносить социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп, учитывать основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов. Владеет: инструментами поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности.</p>	<p>Государственный экзамен</p>
<p>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</p>	<p>Знает: совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях. Умеет: осуществлять свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы. Владеет: методами оценки тенденций развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира.</p>	<p>Государственный экзамен</p>
<p>ОПК-6. Способен использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии</p>	<p>Знает: современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии. Умеет: отбирать для осуществления профессиональной деятельности необходимое техническое оборудование и программное обеспечение. Владеет: навыками применения современных цифровых устройств, платформ и программного обеспечения на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.</p>	<p>Государственный экзамен</p>

<p>ОПК-7. Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности</p>	<p>Знает: цеховые принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности. Умеет: учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности. Владеет: навыками отбора информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом.</p>	<p>Государственный экзамен</p>
<p>ПК-1. Способен создавать рекламные, PR или иные коммуникационные продукты для государственных и бизнес-структур с учетом специфики разных каналов коммуникации</p>	<p>Знает: маркетинговые технологии и технологии бренд-менеджмента; содержание методов и приемов разработки рекламного, PR или иного коммуникационного продукта; Умеет: осуществлять выбор эффективных методов и приемов разработки рекламного, PR или иного коммуникационного продукта и применять их с учетом специфики деятельности государственных и бизнес-структур; Владеет: навыками применения эффективных методов и приемов разработки рекламного, PR или иного коммуникационного продукта (в том числе современных информационно-компьютерных и интернет-технологий, специализированных программных продуктов).</p>	<p>Государственный экзамен</p>
<p>ПК-2: способен осуществлять маркетинговые исследования в области СМИ;</p>	<p>Знает: маркетинговые технологии; основные способы сбора, обработки, анализа и наглядного представления информации; Умеет: находить и анализировать необходимую информацию, применять количественные и качественные методы анализа; выявлять факторы, определяющие потребительский спрос на продукцию СМИ, существенные характеристики целевой аудитории потребителей; составлять аналитические отчеты, проводить презентацию результатов маркетингового исследования. Владеет навыками: поиска статистической и аналитической информации, характеризующей ситуацию на рынке продукции СМИ; анализа имеющихся данных ситуации на рынке продукции СМИ; определения целевой аудитории потребителей продукции СМИ; контроля выполнения договора, приемки результатов маркетингового исследования. социологического опроса, иных работ и услуг, необходимых для анализа ситуации на рынке продукции СМИ.</p>	<p>Государственный экзамен</p>

<p>ПК-3: Способен разрабатывать и представлять маркетинговые стратегии государственных и бизнес-структур для продвижения продукции СМИ.</p>	<p>Знает: маркетинговые технологии и технологии бренд-менеджмента; технологии сегментирования рынка, позиционирования продуктов и компаний, оценки конкурентоспособности продуктов и конкурентов; организацию системы сбыта и товародвижения, планирования оптовых и розничных продаж;</p> <p>Умеет: разрабатывать концептуальные и стратегические документы в области маркетинга; интегрировать различные средства продвижения в комплекс маркетинговых коммуникаций; осуществлять планирование мероприятий по продвижению продукции, планирование расходов на их проведение.</p> <p>Владеет: навыками разработки концепции продвижения продукции СМИ, формирования коммуникационных целей и маркетинговых стратегий; выбора маркетинговых технологий и инструментов для донесения до потребителя необходимой информации.</p>	
<p>ПК-4: способен разрабатывать и продвигать коммуникационный проект в сфере рекламы и связей с общественностью на всех этапах его жизненного цикла.</p>	<p>Знает технологии разработки, реализации и продвижения коммуникационных проектов; особенности создания коммуникационного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью для государственных и бизнес-структур;</p> <p>Умеет: разрабатывать концептуальные и стратегические документы по созданию, реализации и продвижению коммуникационного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью; использовать современные ИКТ, в том числе интернет-технологии и специализированные программные продукты для разработки и продвижения коммуникационного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью медиапроектов;</p> <p>Владеет навыками разработки концепции создания, реализации и продвижения коммуникационного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью для государственных и бизнес-структур; навыками представления проектов решений по продвижению продукции СМИ руководству организации.</p>	<p>Государственный экзамен</p>

Подготовка и защита ВКР

Компетенции	Показатели	Оценочное средство
<p>УК-1. Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач</p>	<p>УК-1.1. Знает основные теоретико-методологические положения системного подхода как научной и философской категории;</p> <p>УК-1.2. Осуществляет поиск информации для решения поставленной задачи по различным типам запросов;</p> <p>УК-1.3. Сопоставляет разные источники информации с целью выявления их противоречий и поиска достоверных суждений;</p> <p>УК-1.4. Анализирует информацию и предлагает возможные варианты решения поставленной задачи, оценивая их достоинства и недостатки.</p>	<p>Защита ВКР</p>
<p>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</p>	<p>УК-2.1. Знает основные законодательные и нормативно-правовые документы, основные этические ограничения, принятые в обществе, основные понятия, методы выработки принятия и обоснования решений задач в рамках поставленной цели, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений, методы выбора оптимального решения задач;</p> <p>УК-2.2. Формулирует перечень взаимосвязанных задач, обеспечивающих достижение поставленной цели, в том числе с использованием сервисных возможностей соответствующих информационных (справочных правовых) систем;</p>	<p>Защита ВКР</p>
	<p>УК-2.3. Определяет ожидаемые результаты решения задач и разрабатывает различные виды планов по реализации проектов учетом действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений, осуществлять поиск оптимальных способов решения поставленных задач, с учетом действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений;</p> <p>УК-2.4. Проектирует решение задачи, выбирая оптимальный способ ее решения, оценивая вероятные риски и ограничения в выборе решения поставленных задач</p>	
<p>УК-3. Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде</p>	<p>УК-3.1. Знает концепции, принципы и методы построения эффективной работы в команде с учетом правовых и этических принципов и норм социального взаимодействия, сущностные характеристики и типологию лидерства;</p> <p>УК-3.2. Участвует в обмене информацией, знаниями и опытом в интересах выполнения командной задачи, презентуя профессиональные задачи;</p>	<p>Защита ВКР</p>

	УК-3.3. Владеет способами самодиагностики определения своего ролевого статуса в команде, приемами эффективного социального взаимодействия и способами их правовой и этической оценки, коммуникативными навыками.	
УК-4. Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	<p>УК-4.1. Знает нормативные, коммуникативные, этические аспекты устной и письменной речи; особенности современных коммуникативно-прагматических правил и этики речевого общения;</p> <p>УК-4.2. Проводит анализ конкретной речевой ситуации; оценивая степень эффективности общения и определяя причины коммуникативных удач и неудач, выявляя и устраняя собственные речевые ошибки;</p> <p>УК-4.3. Создает устные и письменные высказывания, учитывая коммуникативные качества речи; УК 4.3. Владеет устными и письменными речевыми жанрами; принципами создания текстов разных функционально-смысловых типов; общими правилами оформления документов различных типов; письменным аргументированным изложением собственной точки зрения.</p>	Защита ВКР
УК-5. Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	<p>УК-5.1. Знает основные подходы к изучению культурных явлений; многообразие культур и цивилизаций в их взаимодействии во временной ретроспективе, формы межкультурного взаимодействия; особенности и этапы развития духовной и материальной культуры народов мира;</p> <p>УК-5.2. Применяет знания особенностей межкультурного взаимодействия в практической деятельности; критически осмысливает и формирует собственную позицию по отношению к явлениям современной жизни с учетом их культурно-исторической обусловленности;</p>	Защита ВКР
	<p>УК-5.3. Владеет нормами взаимодействия и толерантного поведения в условиях культурного, религиозного, этнического, социального многообразия современного общества;</p> <p>УК-5.4. Владеет приемами презентации результатов собственных теоретических изысканий в области межкультурного взаимодействия.</p>	

<p>УК-6. Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни</p>	<p>УК-6.1. Знает закономерности становления и развития личности; механизмы, принципы и закономерности процессов самоорганизации, самообразования и саморазвития; теорию таймменеджмента;</p> <p>УК-6.2. Умеет определять свои ресурсы и их пределы (личностные, ситуативные, временные и др.) для успешного выполнения порученной работы, ставить цели и устанавливать приоритеты собственного профессионально-карьерного развития с учетом условий, средств, личностных возможностей и временной перспективы достижения; осуществлять самоанализ и рефлекссию собственного жизненного и профессионального пути;</p> <p>УК-6.3. Владеет методиками саморегуляции эмоционально - психологических состояний в различных условиях деятельности, приемами самооценки уровня развития своих индивидуально-психологических особенностей; технологиями проектирования профессионально-карьерного развития; способами планирования, организации, самоконтроля и самооценки деятельности;</p> <p>УК-6.4. Применяет разнообразные способы, приемы техники самообразования и самовоспитания на основе принципов образования в течение всей жизни.</p>	<p>Защита ВКР</p>
<p>УК-7. Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности</p>	<p>УК-7.1. Демонстрирует знания основ физической культуры и здорового образа жизни; применяет умения и навыки в работе с дистанционными образовательными технологиями;</p> <p>УК-7.2. Применяет методику оценки уровня здоровья; выстраивает индивидуальную программу сохранения и укрепления здоровья с учетом индивидуально-типологических особенностей организма;</p> <p>УК-7.3. Анализирует источники информации, сопоставляет разные точки зрения, формирует</p>	<p>Защита ВКР</p>
	<p>общее представление по определенной теме;</p> <p>УК-7.4. Демонстрирует систему практических умений и навыков при выполнении техники двигательных действий в различных видах спорта;</p> <p>УК-7.5. Поддерживает должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности.</p>	

<p>УК-8. Способен создавать поддерживать безопасные условия жизнедеятельности, в том числе при возникновении чрезвычайных ситуаций</p>	<p>УК-8.1. Знает терминологию, предмет безопасности жизнедеятельности личности, общества и государства, источники, причины их возникновения, детерминизм опасностей; методы защиты в условиях чрезвычайных ситуаций; сущность и содержание чрезвычайных ситуаций, их классификацию, поражающие факторы чрезвычайных ситуаций; основные методы защиты производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий и способы применения современных средств поражения, основные меры по ликвидации их последствий; технику безопасности и правила пожарной безопасности;</p> <p>УК-8.2. Способен разрабатывать алгоритм безопасного поведения при опасных ситуациях природного, техногенного и пр. характера; использовать приемы первой помощи, методы защиты в условиях чрезвычайных ситуаций;</p> <p>УК-8.3. Имеет опыт использования основных средств индивидуальной и коллективной защиты для сохранения жизни и здоровья граждан; планирования обеспечения безопасности в конкретных техно-генных авариях и чрезвычайных ситуациях; оказания первой помощи пострадавшим в условиях опасных и чрезвычайных ситуаций.</p>	<p>Защита ВКР</p>
<p>УК-9 Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности</p>	<p>УК-9.1. Знает базовые экономические понятия, объективные основы функционирования экономики и поведения домохозяйств и его субъектов; ресурсные ограничения экономического развития и особенности циклического развития рыночной экономики; понятие общественных благ, роль государства в их обеспечении и возможностях их получения домохозяйствами, основы функционирования финансовых рынков и принятия домохозяйствами инвестиционных решений,</p> <p>УК-9.2. Умеет использовать понятийный аппарат экономической науки для описания экономических и финансовых процессов функционирования домохозяйств; искать и собирать финансовую и экономическую информацию для принятия обоснованных решений; анализировать</p>	<p>Защита ВКР</p>

	<p>финансовую и экономическую информацию, необходимую для принятия обоснованных решений в сфере экономики домохозяйства; оценивать процентные, кредитные, курсовые, рыночные, операционные, общеэкономические, политические риски неблагоприятных экономических и политических событий для экономики домохозяйства; решать типичные задачи, связанные с личным финансовым планированием.</p> <p>УК-9.3. Владеет методами оценки будущих доходов и расходов домохозяйства, сравнение условий различных финансовых продуктов и условий инвестирования личных доходов; навыками решения типичных задач в сфере личного экономического и финансового планирования.</p>	
<p>УК-10. Способен формировать нетерпимое отношение к проявлениям экстремизма, терроризма, коррупционному поведению и противодействовать им в профессиональной деятельности</p>	<p>УК-10.1. Знает основные понятия экстремизма, терроризма, коррупционного поведения, их основные признаки, актуальные направления государственной политики в сфере противодействия экстремизму, терроризму, коррупции; о негативных последствиях, наступающих в случае привлечения к ответственности за подобные нарушения.</p> <p>УК-10.2. Умеет критически оценивать и выбирать правомерные инструменты формирования нетерпимого отношения к проявлениям экстремизма, терроризма и коррупционного поведения, в том числе в профессиональной деятельности</p>	Защита ВКР
<p>ОПК-1. 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</p>	<p>Знает: основы создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов.</p> <p>Умеет: выявлять отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ.</p> <p>Владеет: навыками подготовки 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.</p>	Защита ВКР
<p>ОПК-2. Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах</p>	<p>ОПК-2.1. Знает систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития;</p> <p>ОПК-2.2. Способен учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при со-здании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов.</p>	Защита ВКР
<p>ОПК-3. Способен использовать многообразие достижений</p>	<p>ОПК-3.1. Демонстрирует кругозор в сфере отечественного и мирового культурного процесса;</p> <p>ОПК-3.2. Учитывает достижения отечественной и</p>	Защита ВКР

отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	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. Соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп; ОПК-4.2. Использует основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности, учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.	Защита ВКР
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. Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях; ОПК-5.2. Осуществляет свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы	Защита ВКР
ОПК-6. Способен использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии	ОПК-6.1. Отбирает для осуществления профессиональной деятельности необходимое техническое оборудование и программное обеспечение; ОПК-6.2. Применяет современные цифровые устройства, платформы и программное обеспечение на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.	Защита ВКР
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; ОПК-7.2. Осуществляет отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом	Защита ВКР

<p>ПК-1. Способен создавать рекламные, PR или иные коммуникационные продукты для государственных и бизнес-структур с учетом специфики разных каналов коммуникации</p>	<p>Знает: маркетинговые технологии и технологии бренд-менеджмента; содержание методов и приемов разработки рекламного, PR или иного коммуникационного продукта; Умеет: осуществлять выбор эффективных методов и приемов разработки рекламного, PR или иного коммуникационного продукта и применять их с учетом специфики деятельности государственных и бизнес-структур;</p> <p>Владеет: навыками применения эффективных методов и приемов разработки рекламного, PR или иного коммуникационного продукта (в том числе современных информационно-компьютерных и интернет-технологий, специализированных программных продуктов).</p>	<p>Защита ВКР</p>
<p>ПК-2: способен осуществлять маркетинговые исследования в области СМИ;</p>	<p>Знает: маркетинговые технологии; основные способы сбора, обработки, анализа и наглядного представления информации;</p> <p>Умеет: находить и анализировать необходимую информацию, применять количественные и качественные методы анализа; выявлять факторы, определяющие потребительский спрос на продукцию СМИ, существенные характеристики целевой аудитории потребителей; составлять аналитические отчеты, проводить презентацию результатов маркетингового исследования.</p> <p>Владеет навыками: поиска статистической и аналитической информации, характеризующей ситуацию на рынке продукции СМИ; анализа имеющихся данных ситуации на рынке продукции СМИ; определения целевой аудитории потребителей продукции СМИ; контроля выполнения договора, приемки результатов маркетингового исследования. социологического опроса, иных работ и услуг, необходимых для анализа ситуации на рынке продукции СМИ.</p>	<p>Защита ВКР</p>
<p>ПК-3: Способен разрабатывать и представлять маркетинговые стратегии государственных и бизнес-структур для продвижения продукции СМИ.</p>	<p>Знает: маркетинговые технологии и технологии бренд-менеджмента; технологии сегментирования рынка, позиционирования продуктов и компаний, оценки конкурентоспособности продуктов и конкурентов; организацию системы сбыта и товародвижения, планирования оптовых и розничных продаж;</p> <p>Умеет: разрабатывать концептуальные и стратегические документы в области маркетинга; интегрировать различные</p>	

	<p>средства продвижения в комплекс маркетинговых коммуникаций; осуществлять планирование мероприятий по продвижению продукции, планирование расходов на их проведение.</p> <p>Владеет: навыками разработки концепции продвижения продукции СМИ, формирования коммуникационных целей и маркетинговых стратегий; выбора маркетинговых технологий и инструментов для донесения до потребителя необходимой информации.</p>	
<p>ПК-4: способен разрабатывать и продвигать коммуникационный проект в сфере рекламы и связей с общественностью на всех этапах его жизненного цикла.</p>	<p>Знает технологии разработки, реализации и продвижения коммуникационных проектов; особенности создания коммуникационного проекта в сферерекламы и связей с общественностью для государственных и бизнес-структур;</p> <p>Умеет: разрабатывать концептуальные и стратегические документы по созданию, реализации и продвижению коммуникационного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью; использовать современные ИКТ, в том числе интернет-технологии и специализированные программные продукты для разработки и продвижения коммуникационного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью медиапроектов;</p> <p>Владеет навыками разработки концепции создания, реализации и продвижения коммуникационного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью для государственных и бизнес-структур; навыками представления проектов решений по продвижению продукции СМИ руководству организации.</p>	<p>Защита ВКР</p>

2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Оценивание ответа на государственном экзамене

4-балльная шкала	Показатели	Критерии
Отлично	1. Полнота ответов на вопросы, уровень теоретических знаний; 2. Уровень профессиональных умений и навыков; 3. Правильность и последовательность изложения ответа;	Студентом дан полный, в логической последовательности развернутый ответ на вопросы в билете, кейсовое задание выполнено в полном объеме и предлагаемое решение оптимально; продемонстрированы знания, умения и/или опыт профессиональной деятельности в полном объеме. Студент достаточно глубоко осмысливает и объясняет закономерности, самостоятельно и исчерпывающе отвечает на дополнительные вопросы, приводит собственные примеры по проблематике поставленного вопроса.
Хорошо	4. Правильность и полнота ответов на вопросы членов ГЭК 5. Изложение ответа грамотным профессиональным языком	Студентом дан полный, в логической последовательности развернутый ответ на вопросы в билете, кейсовое задание выполнено в полном объеме, но в предлагаемом решении допущены неточности; продемонстрированы знания, умения и/или опыт профессиональной деятельности в полном объеме. Студент достаточно глубоко осмысливает и объясняет закономерности, самостоятельно и исчерпывающе отвечает на дополнительные вопросы, приводит собственные примеры по проблематике поставленного вопроса, решил предложенные практические задания без ошибок. Однако допускается неточность в ответе.
Удовлетворительно		Студентом дан ответ, отличающийся недостаточной глубиной и полнотой раскрытия поставленных вопросов, знанием основных вопросов теории, слабо сформированными навыками анализа явлений, процессов, недостаточным умением давать аргументированные ответы и приводить примеры, недостаточно свободным владением монологической речью, логичностью и последовательностью ответа. Кейсовое задание выполнено не в полном объеме, предлагаемое решение содержит ошибки. Допускается несколько ошибок в содержании ответа и решении теоретических заданий.
Неудовлетворительно		Студентом дан ответ, который содержит ряд серьезных неточностей, незнанием основных вопросов теории, несформированными навыками анализа явлений, процессов, неумением давать аргументированные ответы, слабым владением монологической речью, отсутствием логичности и последовательности. Кейсовое задание выполнено не в полном объеме, предлагаемое решение имеет существенные ошибки. Выводы поверхностны.

Оценивание выпускной квалификационной работы

4-балльная шкала	Показатели	Критерии
Отлично	1. Теоретическая и практическая значимость работы, ее новизна 2. Самостоятельное выполнение работы	ВКР носит исследовательский характер, содержит грамотно изложенную теоретическую базу, содержательный анализ практического материала, характеризуется логичным изложением материала с соответствующими выводами и обоснованными предложениями; ВКР оценена на «отлично» руководителем.
Хорошо	3. Уровень подготовленности обучающегося к решению профессиональных задач	ВКР носит исследовательский характер, содержит грамотно изложенную теоретическую базу, достаточно подробный анализ практического материала; характеризуется в целом последовательным изложением материала; выводы по работе носят правильный, но не вполне развернутый характер; при защите обучающийся в целом показывает

	4. Навыки публичной дискуссии, защиты собственных идей, предложений и рекомендаций 5. Правильность и полнота ответов на вопросы членов ГЭК	знания в определенной области, умеет опираться на данные своего исследования, вносит свои рекомендации; во время доклада, обучающийся без особых затруднений отвечает на поставленные вопросы; ВКР оценена положительно руководителем.
Удовлетворительно		ВКР носит исследовательский характер, содержит теоретическую главу и базируется на практическом материале, но отличается поверхностным анализом и недостаточно критическим разбором; в работе просматривается непоследовательность изложения материала, представлены недостаточно обоснованные утверждения; в отзывах руководителя имеются замечания по содержанию работы и методики анализа; при защите обучающийся проявляет неуверенность, показывает слабое знание вопросов определенной области, не дает полного, аргументированного ответа на заданные вопросы.
Неудовлетворительно		ВКР не носит исследовательского характера, не содержит практического разбора; не отвечает требованиям, изложенным в методических указаниях АлтГУ; не имеет выводов либо они носят декларативный характер; в отзывах руководителя имеются замечания по содержанию работы и методики анализа; при защите обучающийся затрудняется отвечать на поставленные вопросы по теме, не знает теории вопроса, при ответе допускает существенные ошибки.

3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов освоения образовательной программы

ВОПРОСЫ К ГОСУДАРСТВЕННОМУ ЭКЗАМЕНУ

Перечень вопросов
<ol style="list-style-type: none"> 1. Базовые понятия в сфере связей с общественностью. Направления и принципы деятельности связей с общественностью. 2. Связи с общественностью в современной России и регионе. Профессиональное сообщество. Образование в сфере СО. 3. Этические нормы деятельности специалиста в сфере СО. Проблема «черного пиара». 4. Базовые социологические модели массовой коммуникации 5. Внутрикorporативный PR: функции, задачи, инструменты. 6. Отдел по связям с общественностью: функции, структура, место в организации. Специфика в государственной, коммерческой и в общественной структурах. 7. Типовые должностные и функциональные обязанности специалиста по СО в организации. 8. «Внутренние» организационные документы (положения, регламенты, планы, программы) 9. Аналитический, творческий и производственные сегменты отдела по СО. 10. Бюджетирование деятельности отдела по СО. Механизмы работы с подрядчиками. 11. Структура и специфика функционирования PR-агентства. 12. Внутрикorporативные коммуникации: методы исследования, критерии оценки эффективности. 13. Задачи, формы, методы и технологии мониторинга СМИ 14. Понятие и методики оценки эффективности PR-деятельности. 15. Социальная реклама: цели и задачи, источники финансирования. 16. Организационная культура: существенные характеристики, типы, методы формирования и корректировки. Взаимосвязь организационной культуры с этапами жизненного цикла организации.

17. Взаимосвязь рекламы и СО с основными элементами комплекса маркетинга.
18. Понятийный аппарат теории маркетинга. Взаимосвязь развития маркетинга как практической деятельности и маркетинговых концепций.
19. Маркетинговые исследования: понятие, сущность, виды, основные направления.
20. Современный менеджмент: основные понятия, принципы, методы, функции.
21. Сравнительная характеристика основных концепций менеджмента.
22. Стратегическая цель деятельности и типовые функции пресс-службы.
23. Мероприятия для журналистов в рамках медиарилейшнз: общая характеристика, принципы организации
24. Правовое обеспечение связей с общественностью.
25. PR-кампания как часть PR-деятельности организации: плановые и внеплановые кампании, антикризисные кампании.
26. Основания для принятия решения о проведении PR-кампании, функции брифа.
27. Стратегическое и тактическое планирование в PR-кампании: виды планов, их функции, особенности.
28. Оценка эффективности PR-кампании: виды, модели исследования.
29. Тенденции и проблемы развития современной рекламы.
30. Креативные стратегии в рекламе и связях с общественностью.
31. Организация и проведение рекламных кампаний
32. PR-текст в системе публичных коммуникаций. Его базовые характеристики и отличие от рекламных и журналистских текстов.
33. Пресс-релиз как базовый PR-текст.
34. Медиапланирование в СО.
35. Корпоративные СМИ: специфика, типология, задачи, тенденции развития.
36. Особенности создания репутации организации как социально ответственного работодателя на рынке труда.
37. Федеральные и региональные СМИ в интернете: виды, функции, способы воздействия на аудиторию.
38. Технология проведения репутационного аудита.
39. Методы социально-психологического воздействия в связях с общественностью. Тренинги коммуникативных навыков. Тренинги командообразования.
40. Связи с общественностью и реклама в сети Интернет: общая характеристика.
41. Связи с общественностью и реклама в социальных сетях.
42. Понятие «позиционирования». Особенности позиционирования товара на рынке.
43. Понятие бренда. Современные брендинговые технологии
44. Технологии разрешения конфликтов в деятельности специалиста по связям с общественностью.
45. Качественная пресса России: деловые СМИ, общественно-политические СМИ, гляцевые издания (федеральные и региональные): общая характеристика, функции, аудитория.
46. Массовая пресса: типы изданий, жанровые особенности, аудитория.
47. Информационные материалы в качественной и массовой прессе: виды, функции, структура, роль журналиста.
48. СМИ в интернете: виды, инструменты воздействия на аудиторию.
49. Радиовещание в России: история, функции, модели вещания.
50. Российское телевидение: история, типы вещания, жанры телепрограмм.
51. Базовые характеристики и российская специфика информационного общества.
52. Связи с общественностью в сфере шоу-бизнеса и спорта
53. Связи с общественностью в системе государственного управления.
54. Связи с общественностью для некоммерческих организаций: функции, целевые группы, ресурсы.
55. Антикризисный PR: принципы и правила, методы и технологии.

56. Антикризисный PR в сети Интернет.
57. Социальные представления, их природа и разновидности. Учет социальных представлений в массовой коммуникации.
58. Спонсорство и благотворительность как PR-технологии. Благотворительные фонды.
59. Special-event. Технологии создания специальных событий в рекламной и PR-деятельности.
60. Технологии принятия управленческих решений в PR-деятельности.
61. Психологические аспекты эффективного общения в ситуации конфликта.
62. Психологические теории в области массовых коммуникаций.
63. Психология моды и модного поведения.
64. Психология пропаганды. Пропагандистские мероприятия в PR-деятельности.
65. Психология слухов. Противодействие слухам. Технологии слухов в условиях информационно-психологического противодействия.
66. Базовые модели в теории коммуникации.
67. Коммуникативный кодекс как система принципов, регулирующих коммуникативное (речевое) поведение взаимодействующих субъектов.
68. Модели языковой и коммуникативной личности.
69. Референт в речи. Корректная и некорректная референция. Выбор и презентация референта.
70. Литературная норма в современном российском обществе. Литературная норма и язык и стиль текстов массовой информации.
71. Литературное редактирование и правка текстов различной функциональной принадлежности. Виды редакторского чтения. Виды правки.
72. Язык и стиль текстов массовой коммуникации как предмет редакторского анализа.

ПРИМЕРНЫЕ КЕЙС-ЗАДАНИЯ

Кейс 1.

Одна из крупнейших в Алтайском крае розничных сетей –Аниксll (160 магазинов) планирует открыть новый магазин на улице Крупской в Барнауле, рядом с общежитиями АГУ. Миссия компании: «Мы создаем рядом с вашим домом уютное пространство для ежедневных встреч. Находясь по соседству, мы замечаем потребности каждого и обеспечиваем точное и уникальное предложение для ваших покупок». Формат магазина «У дома», ценовой сегмент – средний.

1. Определите целевые аудитории у нового магазина.
2. Сформулируйте ключевые сообщения для каждого сегмента.
3. Разработайте программу ИМК для продвижения магазина на 2 основных сегмента.

Кейс 2.

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

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

Кейс 3.

На примере интернет-магазина «Еда рядом» разработайте и обоснуйте программу интегрированных коммуникаций.

Магазин говорит о своей специфике: Как работает магазин?

Всю неделю мы принимаем от вас заказы, как по телефону, так и через простую систему оформления прямо на сайте.

Наш менеджер обязательно свяжется с вами: одним звонком уточнит, действительно ли вы сделали заказ, все ли заказали что нужно, а также желательное время доставки на дом; вторым звонком сообщит, все ли продукты оказались в наличии и уточненную сумму заказа.

За сутки до дня доставки мы сообщаем нашим поставщикам какой продукт вы заказали. Еще через 12 часов наш курьер выезжает в районы и, по мере готовности, собирает продукты у фермеров.

В ночь перед днем доставки мы фасуем и формируем заказы. А на утро наш курьер на авторефрижераторе начинает развозить по домам и офисам свежие фермерские продукты, приготовленные специально под вас.

Вы рассчитываетесь только после того, как заказ выполнен.

Если вам не понравится какой-то из наших продуктов, мы охотно вернем деньги или заменим товар.

Кто в нашей команде?

Сегодня в «Еде Рядом» сформирован небольшой штат энтузиастов, которые верят в свое дело.

О ваших продуктах заботятся менеджеры, курьеры, водители, упаковщики. И, конечно, в нашей команде замечательные фермеры и производители продуктов, представленные на сайте.

Как формируются цены?

Нас постоянно сравнивают с сетевыми магазинами и иногда упрекают в том, что наши цены выше. Это на самом деле так, но на это есть причины.

Во-первых, мы не требуем скидок у поставщиков, не ставим им кабальные условия для входа в наш магазин. Они назначают ту цену, которая им интересна. Наша задача - дать им возможность работать честно.

Во-вторых, цена на продукты зависит от удаленности их от вашего дома. Львиную долю товаров, по вашему желанию, мы возим из отдаленных, часто труднодоступных, горных районов Алтая.

В-третьих, продукты с ограниченным сроком годности мы не храним на складе. Фермеры готовят продукты специально для вас под каждый заказ.

В-четвертых, мы избавляем вас от походов по магазинам. Мы берем на себя ответственность за качество товара и привозим вам его прямо домой.

Как выбираются продукты?

Мы предлагаем понятные продукты от понятных производителей. Они могут называться фермерскими, деревенскими или натуральными. Их могут производить личные подсобные и крестьянские хозяйства, небольшие цеха и маленькие заводы, целые коллективы и отдельно взятые люди. Но их объединяет общие, созвучные с нами, принципы. Эти продукты практически не встречаются в магазинах, в них нет химических добавок, они произведены из качественного натурального сырья.

Наши продукты не обезличены. Производители не скрываются за торговой маркой, а лично своим именем отвечают за качество. Если они откажутся от натурального сырья в пользу дешевых суррогатов, пострадает имя. А имя восстановить гораздо сложнее, чем деловую репутацию.

Это не массовая фабричная пища. Наши продукты сделаны людьми и для людей. Среди них не бывает двух одинаковых яиц, двух одинаковых рыб или кусков мяса. Молоко может отличаться на вкус от сезона к сезону. Но эта "нестандартность" компенсируется более ярким вкусом и уверенностью в том, что продукт обязательно пойдет вам на пользу.

Ценовой сегмент – выше среднего. География доставки – Барнаул.
Проблема: привлечение новых покупателей и увеличение среднего чека.
Вопросы:

1. Определите основные сегменты для магазина.
2. Какие коммуникации вы предложите использовать для решения проблемы?
3. Сформулируйте ключевое сообщение для комплекса ИМК.

ПЕРЕЧЕНЬ ПРИМЕРНЫХ ТЕМ ВКР

- Особенности использования цветовых решений в визуальных коммуникациях.
- Проект коммуникационной кампании для салона красоты.
- Система коммуникаций политического лидера (на примере ...).
- Сторителлинг как коммуникационная технология в корпоративных коммуникациях(например ...).
- Бренд коммерческой организации: разработка и реализация.
- Система коммуникаций в индустрии фитнеса (на примере фитнес-центра ...).
- Инструменты формирования направления «лайфстайл» в гляцевых журналах и блогах.
- Видеореклама как инструмент визуальных коммуникаций.
- Системакоммуникаций в организациях сферы образования (на примере ...).
- Специальные мероприятия в системе коммуникаций высших учебных заведений (например ...).
- Интегрированные маркетинговые коммуникации в сфере строительства (например ...).
- Антикризисные коммуникации на рынке пищевых продуктов (на примере...).
- Проекткоммуникационной кампании для хендмейд продуктов.
- Система коммуникации в сфере муниципального управления (на материале ...).
- Международная выставочная деятельность как технология формирования имиджа туристической организации (на примере ...).
- Стратегия продвижения Алтайского края как территории для постоянного местожительства.
- Коммуникационная система агропромышленных предприятий (на примере ...)
- Событийный маркетинг на продовольственном рынке (на примере ...).
- Имиджевые коммуникации города-курорта (на примере г. Белокурихи).
- Социальная реклама в Алтайском крае.
- Блог как инструмент формирования политического имиджа (на примере ...).
- Коммуникационная деятельность отраслевых СМИ (на примере ...).
- Коммуникации в ресторанном бизнесе (на примере ...).
- Система коммуникаций религиозных организаций (на примере ...).
- Система коммуникаций в индустрии безалкогольных напитков (на примере ...).
- Инструменты формирования бренда территории (на примере ...).
- Система коммуникаций органов исполнительной власти (на примере ...).
- Маркетинговые коммуникации в медиабизнесе.
- Система коммуникаций на рынке медицинских услуг (на примере ...).
- Гендерные стереотипы в восприятии цвета в рекламе (на примере ...)
- Конкурентные коммуникационные стратегии компаний (на примере ...)
- Особенности коммуникативной эффективности ВУЗов (на примере ...)
- Имиджевые коммуникации спортивных организаций (на примере ...)
- Оценка коммуникативной эффективности сайтов институтов АлтГУ
- Система коммуникаций в индустрии косметических товаров (на примере ...)
- Оценка эффективности коммуникационных стратегий в сфере благотворительности(например ...)
- Особенности рекламного сопровождения брендированной продукции.
- Особенности коммуникативной эффективности ВУЗов Сибирского региона(на примере ...)

- Информационный повод как инструмент управления информационным пространством
- Особенности использования психотехнологий в рекламной деятельности.
- Система коммуникаций в фитнес-индустрии (на примере ...)
- Инфографика как графический способ подачи информации (на примере ...)
- SMM-продвижение спортивных клубов (на примере ...)
- Видео как инструмент корпоративных коммуникаций (на примере ...)
- Коммуникационные инструменты в сфере программ академической мобильности(например ..)
- Ребрендинг как способ повышения конкурентной способности компании
- Региональная специфика PR-отдела крупной российской компании
- Система маркетинговых коммуникаций в банковской сфере
- Современные технологии FASHION – маркетинга.
- Спонсорство как технология PR.
- Стратегия управления деловой репутацией малого предприятия.
- Тенденции развития рекламного рынка в России.
- Формирование имиджа аграрного предприятия.
- Креативные технологии в рекламе: особенности разработки и реализации.
- Архетипы в рекламе: эффективность применения.
- Мифологические аспекты воздействия рекламы на потребителя
- Мода как фактор формирования современного рекламного продукта.
- Особенности позиционирования рекламно-информационного журнала.
- Проблемы законодательного регулирования рекламы.
- Психология рекламного воздействия.
- Реклама в сфере политических коммуникаций
- Манипуляции как средство повышения эффективности рекламного воздействия.
- Рекламный слоган как средство воздействия на потребителя
- Скрытая реклама в тексте журнальных публикаций.
- Стереотипы в рекламных коммуникациях.
- Технологии программирования и манипулирования в телевизионной рекламе.
- Феномен популярной личности в рекламе.
- Функциональный потенциал метафоры в современной печатной рекламе.
- Языковая игра как способ повышения эффективности рекламной коммуникации.
- Документальное кино как средство формирования политического мифа.
- Интернет как механизм коммуникативного воздействия на социум.
- Информационная политика медиахолдинга: региональный аспект.
- Корпоративная газета как внутренний механизм регулирования репутации организации.
- Медиа-события и медиа-кризисы в информационных войнах.
- Организации и проведения PR-кампании в сети Интернет.
- Особенности позиционирования региональной радиостанции.
- Производство новостей: влияние властной повестки дня на конструирование медиа-реальности
- СМИ как инструмент управления общественным мнением.
- Влияние СМИ на формирование общественного мнения о НКО.
- Формирование имиджа общественной организации.
- Брендинг в России: национально-культурные особенности.
- Организация и проведение выставок как инструмент PR-специалиста
- Коммуникационные инструменты детского маркетинга (на примере ...).
- Система коммуникаций справочных информационных систем (на примере ...).
- Event-мероприятия как инструмент PR-деятельности.
- Роль и место PR-коммуникаций в кризисных ситуациях.

4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания результатов освоения образовательной программы

Порядок проведения государственного экзамена

Государственный экзамен проводится в устной форме, при этом обучающиеся получают экзаменационный билет, содержащие два вопроса и кейс-задание, составленные в соответствии с утвержденной программой ГИА.

При подготовке к ответу обучающийся может пользоваться программой государственного экзамена.

При подготовке к ответу в устной форме студенты делают необходимые записи по каждому вопросу на выданных секретарем ГЭК листах бумаги с печатью института. На подготовку к ответу первому студенту дается до 1 (академического) часа, остальные студенты отвечают в порядке очередности, причем на подготовку каждому очередному обучающемуся также выделяется до 1 (академического) часа. Продолжительность ответа на экзамене должна составлять не более 0,5 (академического) часа. После завершения ответа обучающегося на все вопросы и объявления председателем ГЭК окончания опроса экзаменуемого, члены ГЭК делают отметки в оценочном листе.

По окончании государственного экзамена секретарь ГЭК собирает оценочные листы у председателя ГЭК, всех членов ГЭК и формирует листы экспертной оценки сформированности компетенций на каждого выпускника.

Результаты государственного экзамена, проводимого в устной форме, объявляются в день его проведения.

Порядок защиты выпускной квалификационной работы

Защита ВКР происходит на открытом заседании ГЭК, на защиту одной ВКР отводится до 30 минут. Выпускник, получив положительный отзыв о ВКР от руководителя ВКР, разрешение о допуске к защите, должен подготовить доклад (до 15 минут), в котором четко и кратко излагаются основные положения ВКР, при этом целесообразно пользоваться проектором. Допустимо использовать раздаточный материал для председателя и членов ГЭК.

Доклад включает в себя: актуальность выбранной темы, предмет изучения, методы использованы при изучении проблемы, новые результаты, достигнутые в ходе исследования и вытекающие из исследования основные выводы.

Доклад не должен быть перегружен цифровыми данными, которые приводятся только в том случае, если они необходимы для доказательства или иллюстрации того или иного вывода.

По окончании доклада выпускнику задают вопросы председатель, члены ГЭК, присутствующие.

После ответов обучающегося на вопросы руководитель ВКР зачитывает отзыв, в котором излагаются особенности данной работы, отношение обучающегося к своим обязанностям. При отсутствии руководителя ВКР отзыв зачитывается секретарем ГЭК. Затем предоставляется заключительное слово выпускнику.

По окончании всех защит ВКР секретарь ГЭК собирает оценочные листы у председателя ГЭК, всех членов ГЭК и формирует листы экспертной оценки сформированности компетенций на каждого выпускника.

Итоговая оценка формируется в соответствии с критериями оценивания ответа выпускника на защите ВКР.

Результаты государственного аттестационного испытания, проводимого в устной форме, объявляются в день его проведения.