

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ СОЦИАЛЬНЫЙ ИНСТИТУТ»



УТВЕРЖДАЮ
Первый проректор

Ю.Е. Леденева

« 28 » октября 2020 г.

ПРОГРАММА ГОСУДАРСТВЕННОЙ ИТОГОВОЙ АТТЕСТАЦИИ

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
для государственной итоговой аттестации**

Направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль) программы Реклама и связи с общественностью

Квалификация выпускника бакалавр

Рассмотрена
Ученым советом
« 28 » октября 2020 г.
протокол № 3

Одобрена
на заседании учебно-
методической комиссии
факультета
от « 28 » октября 2020 г.
протокол № 2

Ставрополь, 2020 г.

1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ИТОГОВОЙ АТТЕСТАЦИИ ВЫПУСКНИКОВ

Цель проведения государственной итоговой аттестации – определение соответствия результатов освоения выпускниками основной образовательной программы высшего образования соответствующим требованиям федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

Задачи государственной итоговой аттестации:

- оценка сформированности у выпускников универсальных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций, предусмотренных ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью;
- оценка способности и умения, опираясь на полученные знания, умения и навыки (опыт деятельности), самостоятельно решать на современном уровне задачи своей профессиональной деятельности в области рекламы и связей с общественностью;
- оценка способности и умения профессионально излагать специальную информацию, научно аргументировать и защищать свою точку зрения.

2. ФОРМЫ ПРОВЕДЕНИЯ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ИТОГОВОЙ АТТЕСТАЦИИ ВЫПУСКНИКОВ

Государственная итоговая аттестация выпускников по программе бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью проводится в форме:

- защиты выпускной квалификационной работы;
- государственного экзамена.

Государственный экзамен проводится по нескольким дисциплинам образовательной программы, результаты освоения которых имеют определяющее значение для профессиональной деятельности выпускников. Государственный экзамен проводится по следующим дисциплинам: «Коммуникационный консалтинг»; «Теория и практика средств массовой информации»; «Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью»; «Информационно-коммуникационные технологии в рекламе и PR»; «Технологии производства рекламного продукта»; «Копирайтинг», «Маркетинг в рекламе и PR», «Инновации в рекламной деятельности». Государственный экзамен проводится устно.

Выпускная квалификационная работа представляет собой выполненную обучающимся работу, демонстрирующую уровень подготовленности выпускника к самостоятельной профессиональной деятельности.

Выпускная квалификационная работа выполняется в виде бакалаврской работы.

3. ПЕРЕЧЕНЬ КОМПЕТЕНЦИЙ, КОТОРЫМИ ДОЛЖНЫ ОВЛАДЕТЬ ОБУЧАЮЩИЕСЯ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

В результате освоения образовательной программы бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (направленность (профиль) программы: Реклама и связи с общественностью) обучающиеся должны овладеть следующими компетенциями:

Универсальные компетенции.

Наименование категории (группы)	Код и наименование универсальной компетенции выпускника
---------------------------------	---

универсальных компетенций	
Системное критическое мышление	и УК-1. Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач
Разработка и реализация проектов	и 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
Командная работа и лидерство	и УК-3. Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде
Коммуникация	УК-4. Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)
Межкультурное взаимодействие	УК-5. Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах
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 УК-7. Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности
Безопасность жизнедеятельности	УК-8. Способен создавать и поддерживать безопасные условия жизнедеятельности, в том числе при возникновении чрезвычайных ситуаций

Общепрофессиональные компетенции.

Наименование категории (группы) общепрофессиональных компетенций	Код и наименование общепрофессиональной компетенции выпускника
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
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
Культура	ОПК-3. Способен использовать многообразие достижений

	отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов
Аудитория	ОПК-4. Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности
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
Технологии	ОПК-6. Способен использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии
Эффекты	ОПК-7. Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности

Профессиональные компетенции, сформированы на основе профессиональных стандартов, соответствующих профессиональной деятельности выпускников, а также, на основе анализа требований к профессиональным компетенциям, предъявляемых к выпускникам на рынке труда, обобщения отечественного и зарубежного опыта, проведения консультаций с ведущими работодателями, объединениями работодателей отрасли, в которой востребованы выпускники.

Тип задач профессиональной деятельности	Код и наименование профессиональной компетенции выпускника
Редакторский	ПК-1. Способен осуществлять редакторскую деятельность в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, стилями и технологическими требованиями различных каналов коммуникации
Маркетинговый	ПК-2. Способен распространять коммуникационный продукт путем осуществления взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами (лицами) с помощью различных каналов коммуникации
Организационный	ПК-3. Способен осуществлять общие функции управления в структуре деятельности рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы и организации, организовать процесс создания коммуникационного продукта
	ПК-4. Способен грамотно оперировать коммуникационной инфраструктурой организации и участвовать в процессе выпуска коммуникационного продукта с применением современных информационных и коммуникационных технологий

4. ОПИСАНИЕ ПОКАЗАТЕЛЕЙ, КРИТЕРИЕВ И ШКАЛ ОЦЕНИВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ

Результаты освоения образовательной программы (код и формулировка компетенции)	Показатель оценивания	Критерии оценивания	Шкала оценивания				Процедуры оценивания
			2	3	4	5	
<p>УК-1. Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять для решения поставленных задач</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>ОПК-2. Способен учитывать тенденции развития общественных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах</p> <p>ОПК-3. Способен использовать многообразные достижения отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов</p>	Решение задач, поставленных в заданиях к государственному экзамену	Понимание современных концепций картины мира на основе сформированного мировоззрения и овладения достижениями естественных и общественных наук	В ответе студента не выполнены требования данного критерия	В ответе студента с выраженными ограничениями выполнены требования данного критерия	В ответе студента не полностью выполняются требования данного критерия	В ответе студента полностью выполнены требования данного критерия	Государственный экзамен

Результаты освоения образовательной программы (код и формулировка компетенции)	Показатель оценивания	Критерии оценивания	Шкала оценивания				Процедуры оценивания
			2	3	4	5	
УК-3. Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	Применение из области структуры деятельности профессионала в рамках определенной сферы (портрета профессионала в области рекламы и PR)	В ответе студента не выполнены требования данного критерия	В ответе студента с выраженными ограничениями выполнены требования данного критерия	В ответе студента не полностью выполняются требования данного критерия	В ответе студента полностью выполнены требования данного критерия		
ОПК-4. Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности							
ПК-1 Способен осуществлять редакторскую деятельность в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, стилями и технологическими требованиями различных каналов коммуникации	Выявление специфики функционирования рекламных служб и служб	В ответе студента не выполнены требования данного критерия	В ответе студента с выраженными ограничениями выполнены требования данного критерия	В ответе студента не полностью выполняются требования данного критерия	В ответе студента полностью выполнены требования данного критерия		
ПК-2 Способен распространять коммуникационный продукт путем осуществления взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами (лицами) с помощью различных каналов коммуникации							
ПК-3 Способен осуществлять общие функции управления в структуре деятельности рекламных служб и служб							

Результаты освоения образовательной программы (код и формулировка компетенции)	Показатель оценивания	Критерии оценивания	Шкала оценивания				Процедуры оценивания
			2	3	4	5	
по связям с общественностью фирмы и организации, организовать процесс создания коммуникационного продукта		по связям с общественностью фирмы и организации, осуществления оперативного планирования и оперативного контроля за рекламной работой, деятельностью по связям с общественностью		критерия			
ПК-4 Способен грамотно оперировать коммуникационной инфраструктурой организации и участвовать в процессе выпуска коммуникационного продукта с применением современных информационных и коммуникационных технологий		Применение знаний из области рекламы и PR, категорий и методов изучения, а также применения современных методов и технологий из данной области	В ответе студента не выполнены требования данного критерия	В ответе студента с выраженными ограничениями выполнены требования данного критерия	В ответе студента не полностью выполняются требования данного критерия	В ответе студента полностью выполнены требования данного критерия	
ОПК-5. Способен учитывать профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования							
ОПК-7. Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной							

Результаты освоения образовательной программы (код и формулировка компетенции)	Показатель оценивания	Критерии оценивания	Шкала оценивания				Процедуры оценивания
			2	3	4	5	
<p>ответственности</p> <p>ПК-2 Способен распротранять коммуникационный продукт осуществления взаимодействия с социальными группами, и организациями персонами (лицами) с помощью различных каналов коммуникации</p> <p>ПК-3 Способен осуществлять общие функции управления в структуре деятельности рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы и организации, организовать процесс создания коммуникационного продукта</p> <p>ПК-4 Способен грамотно оперировать коммуникационной инфраструктурой организации и участвовать в процессе выпуска коммуникационного продукта с применением современных информационных и коммуникационных технологий</p>							
УК-2. Способен определять круг задач в рамках	Понимание профессиональн	В ответе студента не выполнены	В ответе студента с выраженными	В ответе студента не полностью	В ответе студента полностью	В ответе студента полностью	

Результаты освоения образовательной программы (код и формулировка компетенции)	Показатель оценивания	Критерии оценивания	Шкала оценивания				Процедуры оценивания
			2	3	4	5	
<p>поставленной цели и выбрать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений</p> <p>ПК-1 Способен осуществлять редакторскую деятельность в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, стилями и технологическими требованиями различных каналов коммуникации</p> <p>ПК-2 Способен распространять коммуникационный продукт путем осуществления взаимодействия с социальными группами и организациями и персонами (лицами) с помощью различных каналов коммуникации</p> <p>ПК-3 Способен осуществлять общие функции управления в структуре деятельности рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы и организации, организовывать процесс создания коммуникационного</p>		<p>ых задач в области научно-исследовательской и практической деятельности и их постановка с последующей грамотной реализацией</p>	2	3	4	5	
			<p>требования данного критерия</p>	<p>ограничениями выполнены требования данного критерия</p>	<p>выполняются требования данного критерия</p>	<p>выполнены требования данного критерия</p>	

Результаты освоения образовательной программы (код и формулировка компетенции)	Показатель оценивания	Критерии оценивания	Шкала оценивания				Процедуры оценивания
			2	3	4	5	
ПК-4 Способен грамотно оперировать коммуникационной инфраструктурой организации и участвовать в процессе выпуска коммуникационного продукта с применением современных информационных и коммуникационных технологий							
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		Сформированность информационно-библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности для решения стандартных задач профессиональной деятельности	В ответе студента не выполнены требования данного критерия	В ответе студента с выраженными ограничениями выполнены требования данного критерия	В ответе студента не полностью выполняются требования данного критерия	В ответе студента полностью выполнены требования данного критерия	
ОПК-6. Способен использовать профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии							
ПК-1 Способен осуществлять редакторскую							

Результаты освоения образовательной программы (код и формулировка компетенции)	Показатель оценивания	Критерии оценивания	Шкала оценивания				Процедуры оценивания
			2	3	4	5	
<p>В деятельности с языковыми соответствиями с языковыми нормами, стандартами, форматами, стилями и технологическими требованиями различных каналов коммуникации</p> <p>ПК-4 Способен грамотно оперировать коммуникационной инфраструктурой организации и участвовать в процессе выпуска коммуникационного продукта с применением современных информационных и коммуникационных технологий</p>							
<p>УК-5. Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах</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>	Выпускная квалификационная работа	Грамотный научный анализ теоретического материала с учетом собственной научной оценки исследуемых в работе явлений	В ответе студента не выполнены требования данного критерия	В ответе студента с выраженными ограничениями выполнены требования данного критерия	В ответе студента не полностью выполняются требования данного критерия	В ответе студента полностью выполнены требования данного критерия	Защита ВКР

Результаты освоения образовательной программы (код и формулировка компетенции)	Показатель оценивания	Критерии оценивания	Шкала оценивания				Процедуры оценивания
			2	3	4	5	
ОПК-2. Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах							
ПК-1 Способен осуществлять редакторскую деятельность в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, стилями и технологическими требованиями различных каналов коммуникации							
УК-1. Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач		Обнованное описание использованных методов теоретического и эмпирического анализа	В ответе студента не выполнены требования данного критерия	В ответе студента с выраженными ограничениями выполнены требования данного критерия	В ответе студента не полностью выполняются требования данного критерия	В ответе студента полностью выполнены требования данного критерия	
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							

Результаты освоения образовательной программы (код и формулировка компетенции)	Показатель оценивания	Критерии оценивания	Шкала оценивания				Процедуры оценивания
			2	3	4	5	
УК-8. Способен создавать и поддерживать безопасные условия жизнедеятельности, в том числе при возникновении чрезвычайных ситуаций							
УК-3. Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде		Презентация результатов ВКР и устная защита полученных положений работы в научной аудитории с ответами на вопросы специалистов	В ответе студента не выполнены требования данного критерия	В ответе студента с выраженными ограничениями выполнены требования данного критерия	В ответе студента не полностью выполняются требования данного критерия	В ответе студента полностью выполнены требования данного критерия	
УК-4. Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)							
УК-6. Способен управлять своим временем, и выстраивать траекторию реализации на основе принципов образования в течение всей жизни							
УК-7. Способен поддерживать должный уровень физической подготовки для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности							
УК-8. Способен создавать и поддерживать безопасные условия жизнедеятельности, в том							

Результаты освоения образовательной программы (код и формулировка компетенции)	Показатель оценивания	Критерии оценивания	Шкала оценивания				Процедуры оценивания
			2	3	4	5	
числе при возникновении чрезвычайных ситуаций	ОПК-6. Способен использовать профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии	Иновационные, нестандартные и при этом научно-корректные решения задач из области рекламы и PR	В ответе студента не выполнены требования данного критерия	В ответе студента с выраженными ограничениями выполнены требования данного критерия	В ответе студента не полностью выполняются требования данного критерия	В ответе студента полностью выполнены требования данного критерия	
ОПК-7. Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности							
ОПК-8. Способен создавать и поддерживать безопасные условия жизнедеятельности, в том числе при возникновении чрезвычайных ситуаций	ПК-3 Способен осуществлять общие функции управления в структуре деятельности рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы и организации, организовать процесс создания						
ОПК-4. Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности							

Результаты освоения образовательной программы (код и формулировка компетенции)	Показатель оценивания	Критерии оценивания	Шкала оценивания				Процедуры оценивания
			2	3	4	5	
коммуникационного продукта ПК-4 Способен грамотно оперировать коммуникационной инфраструктурой организации и участвовать в процессе выпуска коммуникационного продукта с применением современных информационных и коммуникационных технологий							
УК-5. Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах ОПК-4. Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности		Современные методы социологического и маркетингового анализа и этические нормы в представлении и оценке полученных результатов	В ответе студента не выполнены требования данного критерия	В ответе студента выраженными ограничениями выполнены требования данного критерия	В ответе студента не полностью выполняются требования данного критерия	В ответе студента полностью выполнены требования данного критерия	
ОПК-7. Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности ПК-3 Способен технически обрабатывать и размещать информационные ресурсы на сайте							

Результаты освоения образовательной программы (код и формулировка компетенции)	Показатель оценивания	Критерии оценивания	Шкала оценивания				Процедуры оценивания
			2	3	4	5	
ПК-4 Способен создавать и редактировать информационные ресурсы							
УК-1. Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач		Четкость и научная грамотности исследователяского аппарата работы (объект, предмет, цель, гипотеза и задачи ВКР), системное представление материалов теоретической и эмпирической части работы с формулированием адекватных исследовательских выводов	В ответе студента не выполнены требования данного критерия	В ответе студента с выраженными ограничениями выполнены требования данного критерия	В ответе студента не полностью выполняются требования данного критерия	В ответе студента полностью выполнены требования данного критерия	
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-6. Способен управлять своим временем, и выстраивать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни							
УК-5. Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	Доклад по ВКР	Грамотный научный анализ теоретического материала с учетом собственной научной оценки исследуемых в работе явлений	В ответе студента не выполнены требования данного критерия	В ответе студента с выраженными ограничениями выполнены требования данного критерия	В ответе студента не полностью выполняются требования данного критерия	В ответе студента полностью выполнены требования данного критерия	
ОПК-1. Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные							

Результаты освоения образовательной программы (код и формулировка компетенции)	Показатель оценивания	Критерии оценивания	Шкала оценивания				Процедуры оценивания
			2	3	4	5	
<p>продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем</p> <p>ОПК-2. Способен учитывать тенденции развития общественных государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах</p> <p>ПК-1 Способен осуществлять редакторскую деятельность в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, стилями и технологическими требованиями различных каналов коммуникации</p> <p>УК-3. Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде</p> <p>УК-4. Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и</p>		<p>Презентация результатов ВКР и устная защита полученных положений работы в научной аудитории с ответами на вопросы специалистов</p>	В ответе студента не выполнены требования данного критерия	В ответе студента с ограниченными выполнены требованиями данного критерия	В ответе студента не полностью выполняются требования данного критерия	В ответе студента полностью выполнены требования данного критерия	

Показатель оценки	Критерии оценки	Шкала оценки				Процедуры оценки
		2	3	4	5	
<p>Результаты освоения образовательной программы (код и формулировка компетенции)</p> <p>иностранным(ых) языке(ах)</p> <p>УК-6. Способен управлять своим временем, и выстраивать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни</p> <p>УК-7. Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности</p> <p>УК-8. Способен создавать и поддерживать безопасные условия жизнедеятельности, в том числе при возникновении чрезвычайных ситуаций</p> <p>ОПК-6. Способен использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии</p> <p>ОПК-7. Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности</p>						

Результаты освоения образовательной программы (код и формулировка компетенции)	Показатель оценивания	Критерии оценивания	Шкала оценивания				Процедуры оценивания
			2	3	4	5	
УК-8. Способен создавать и поддерживать безопасные условия жизнедеятельности, в том числе при возникновении чрезвычайных ситуаций	Иновационные, нестандартные и при этом научно-корректные решения задач из области рекламы и PR	В ответе студента не выполнены требования данного критерия	В ответе студента с выраженными ограничениями выполнены требования данного критерия	В ответе студента не полностью выполняются требования данного критерия	В ответе студента полностью выполнены требования данного критерия		
ОПК-4. Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности							
ПК-3 Способен осуществлять общие функции управления в структуре деятельности рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы и организации, организовать процесс создания коммуникационного продукта	Этические нормы в представлении и	В ответе студента не выполнены требования данного критерия	В ответе студента с выраженными ограничениями	В ответе студента не полностью выполняются	В ответе студента полностью выполнены		
ПК-4 Способен грамотно оперировать коммуникационной инфраструктурой организации и участвовать в процессе выпуска коммуникационного продукта с применением современных информационных и коммуникационных технологий							
УК-5. Способен воспринимать межкультурное							

Результаты освоения образовательной программы (код и формулировка компетенции)	Показатель оценивания	Критерии оценивания	Шкала оценивания				Процедуры оценивания
			2	3	4	5	
разнообразия общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах ОПК-4. Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности		оценке полученных результатов	критерия	выполнены требования данного критерия	требования данного критерия	требования данного критерия	
			критерия	выполнены требования данного критерия	требования данного критерия	требования данного критерия	
ОПК-7. Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности		Системное представление материалов теоретической и эмпирической части работы с формулированием адекватных исследовательским выводам	В ответе студента не выполнены требования данного критерия	В ответе студента с выраженными ограничениями выполнены требования данного критерия	В ответе студента не полностью выполняются требования данного критерия	В ответе студента полностью выполнены требования данного критерия	
УК-1. Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач			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-6. Способен управлять своим временем, и выстраивать траекторию саморазвития на основе принципов образования в			

Результаты освоения образовательной программы (код и формулировка компетенции)	Показатель оценивания	Критерии оценивания	Шкала оценивания				Процедуры оценивания
			2	3	4	5	
течение всей жизни							

5. ТИПОВЫЕ КОНТРОЛЬНЫЕ ЗАДАНИЯ ИЛИ ИНЫЕ МАТЕРИАЛЫ, НЕОБХОДИМЫЕ ДЛЯ ОЦЕНКИ РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

5.1. Программа государственного экзамена

5.1.1. Перечень вопросов и заданий государственного экзамена

Задание 1

Определите сущность понятий «массовая информация» и «PR». Опишите подходы к анализу данных понятий с применением системного подхода для решения поставленных задач.

Задание 2

Охарактеризуйте новости как главный конструкт информационного общества. Опишите процесс управления информацией в СМИ с применением системного подхода для решения поставленных задач. Перечислите способы создания и усиления новостей.

Задание 3

Перечислите и кратко охарактеризуйте основные этапы и закономерности исторического развития рекламы и связей с общественностью в рамках общей парадигмы общественного развития.

Задание 4

Перечислите основные социально-значимые процессы, происходящие в современном обществе, и предложите способы их разрешения с использованием знаний из области рекламы и PR.

Задание 5

Перечислите и кратко охарактеризуйте основные категории и понятия в области экономики рекламы и связей с общественностью.

Задание 6

Сформулируйте определение бюджета рекламной кампании. Перечислите формулы определения экономической эффективности рекламной кампании.

Задание 7

Перечислите и дайте краткую характеристику основным нормативно- правовым документам в сфере рекламы и связей с общественностью.

Задание 8

Охарактеризуйте проблемное поле правового обеспечения рекламной и PR-деятельности. Приведите конкретные примеры использования действующего законодательства Российской Федерации, правовых документов в следующих видах профессиональной деятельности:

- производство рекламной продукции,
- распространение рекламной продукции,
- проведение PR-акции в рамках предвыборной кампании.

Задание 9

Раскройте основные речевые приемы рекламы и PR для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия. Дайте определение аннотации и включающих ее элементов, и охарактеризуйте значение аннотации для разработки рекламной стратегии.

Задание 10

Перечислите и приведите примеры использования речевых технологий для создания рекламных текстов. Составьте резюме специалиста по рекламе и связям с общественностью.

Задание 11

Дайте перевод с русского языка на иностранный язык основных терминов из

области рекламы и PR, которые Вы знаете. Составьте для иностранного коллеги краткий рассказ о специфике Вашей профессиональной деятельности.

Задание 12.

Составьте резюме специалиста по рекламе и связям с общественностью на иностранном языке.

Задание 13

Перечислите известные Вам стратегии сотрудничества в решении профессиональных задач в коллективе коллег и приведите пример разрешения конфликтной ситуации с их использованием.

Задание 14

Найдите организационно-управленческое решение в ситуации когда менеджер по рекламе того рекламного отдела, которым Вы руководите, отказывается выполнять предложенный Вами рекламный проект, мотивируя свой отказ собственным творческим видением, которое на его взгляд лучше и эффективнее.

Задание 15

Предложите пути стабилизации собственного психического состояния после общения с так называемым «трудным» клиентом.

Задание 16

Приведите по 5 примеров этичной и неэтичной рекламы, встречающейся на различных информационных носителях (средства массовой информации, наружные щиты, внутренняя реклама и т.д.).

Насколько, по вашему мнению, современная реклама отражает межкультурное разнообразие общества?

Задание 17

Охарактеризуйте Ваш алгоритм (приемы, методы, способы) по обсуждению профессиональных проблем, отстаиванию своей точки зрения в объяснении сущности явлений.

Задание 18

Раскройте роль, принципы и функции, технологию проведения научных исследований.

Задание 19

Составьте сравнительную таблицу «Профессиональные риски в рекламе и PR» на примере России и США.

Задание 20

Перечислите средства самостоятельного, методически правильного использования методов физического воспитания и самовоспитания.

Задание 21

Предложите комплекс средств физической культуры для снятия напряжения в процессе профессиональной деятельности.

Задание 22

Предложите современные методы защиты производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий.

Задание 23

Какова специфика первой помощи и способов защиты в условиях чрезвычайных ситуаций. Охарактеризуйте основные приемы оказания первой помощи, в условиях чрезвычайных ситуаций.

Приведите пример того, какую помощь Вы могли оказать в случае землетрясения, оказавшись в этот момент на своем рабочем месте.

Задание 24

Из нижеуказанных организационных мероприятий выделите три наименее свойственные для деятельности отдела рекламы (рекламного агентства). Обоснуйте Ваш выбор.

1. Исследование рынка сбыта конкретной продукции.
2. Изучение продукции с точки зрения ее конкурентоспособности.
3. Анализ мотивов покупателей и исследование методов воздействия на спрос.
4. Оценка эффективности сбытовой политики заказчика.
5. Разработка рекламной программы на основе задания заказчика.
6. Разработка и изготовление различных видов рекламы.
7. Определение наиболее эффективных средств распространения рекламы.
8. Покупка места и времени в средствах массовой информации, т.е. размещение рекламы.
9. Разработка и проведение программ PR.
10. Организация и проведение выставок, семинаров, презентаций, ярмарок.
11. Исследования по оценке эффективности рекламы.
12. Координация действий участников рекламного процесса.
13. Консультационные услуги.

Задание 25

В чем состоит основная специфика деятельности современных пресс-центров, пресс-служб, отделов печати, средств массовой информации (СМИ), отделов по связям с общественностью, центров общественных связей, отделов рекламы, коммуникационных агентств? Какие основные навыки требуются от специалиста, работающего в пресс-центрах, пресс-службах, в отделах печати, средствах массовой информации, отделах по связям с общественностью, центрах общественных связей, отделах рекламы, в коммуникационных агентствах.

Задание 26

Соотнесите мероприятия PR и их применение в зависимости от сферы деятельности. Составьте сравнительную таблицу.

Задание 27

Охарактеризуйте основные виды рекламных стратегий. Какие элементы составляют основу рекламной стратегии? Охарактеризуйте основные техники рекламных стратегий. В чем сложность применения техники «интрига»? Определите уникальные свойства любого российского бренда по предложенной классификации:

- уникальность для потребителя;
- уникальность для рыночной ниши;
- уникальность для ценовой категории.

Предложите свои варианты УТП в данной категории товаров / услуг.

Задание 28

Укажите основные требования для получения полного и понятного задания от клиента в рекламном агентстве. Опишите основные пункты информации, которую необходимо получить от клиента на первичной стадии сотрудничества с рекламным агентством.

Задание 29

Сравните регламент деятельности менеджера по связям с общественностью и менеджера в сфере рекламы. Укажите в таблице, общие и частные моменты в их работе.

Общее	Частное
	Менеджер по СО:
	Менеджер в сфере рекламы:

Задание 30

Раскройте основные этапы подготовки текстов коммерческих коммуникаций: сбор информации, разработку темы и самого рекламного текста и текста внутреннего сопровождения рекламной кампании. Перечислите базовые навыки создания текстов и документов, используемых в сфере связей с общественностью и рекламы.

Задание 31

Напишите сценарий радиоролика для сети магазинов спортивной одежды. Ролик посвящен рекламной акции: при покупке спортивного костюма клиент получает в подарок спортивный аксессуар на свой выбор (из предложенного списка). Хронометраж: 30 секунд. Язык: русский. Обязательная информация: срок действия акции с 1 по 28 февраля, название магазина «Депорте», адрес магазина: ул. Екатерининская, 25. Рекламной акции нужно дать название и придумать слоган. Клиент просит предложить 2-3 варианта ролика на выбор, а также по возможности связать акцию с Олимпийскими играми.

Задание 32

Приведите алгоритм планирования и осуществления конкретного коммуникационной кампании или мероприятия (с раскрытием основных способов и методов его планирования и осуществления).

Задание 33

Вы работаете в PR-службе коммерческого банка, осуществляющего крупноразмерное долгосрочное кредитование. Основа вашего капитала – частные вклады. В последнее время, в связи с инфляцией и общей неблагоприятной финансовой ситуацией в стране, среди вкладчиков возникло беспокойство. Некоторые из них уже забирают свои вклады и положение становится тревожным. Беспокойство подогревается известием о банкротстве нескольких организаций, получивших от вас крупные кредиты. Ваша задача – разработать план полномасштабной информационной кампании с использованием СМИ с целью успокоения общественного мнения и поддержания репутации банка как места надежного помещения вкладов. В противном случае паника среди вкладчиков может вызвать опустошение ваших резервов и, в свою очередь, привести вас к банкротству. Положительным обстоятельством является то, что недавно крупное промышленное предприятие столицы разместило в банке часть своих депозитов, демонстрируя тем самым доверие к вам.

Задание 34

Проанализируйте, какие виды коммуникационных барьеров (шумов) снижают эффективность коммуникаций внутри организации, в которой вы работаете / учитесь (руководитель – подчиненный; специалист – специалист; деканат – студент; преподаватель – студент). Раскройте функции системы организационных коммуникаций.

Задание 35

Вы представляете общественности местный краеведческий музей. В его коллекциях находится ряд ценных экспонатов, в том числе много вещей, принадлежавших длительное время проживавшему в городе крупному поэту серебряного века. Кроме того, в музее недавно проходила персональная выставка одного из известных художников второй половины XX в. Однако финансирование музея явно недостаточное, в частности, давно требуется капитальный ремонт и расширение существующего здания. Ваша задача – составить роад-шоу для привлечения инвесторов.

Задание 36

Перечислите основные требования информационной безопасности. Раскройте сущность и значение информации в развитии современного информационного общества. Приведите конкретный пример использования методов сбора информации о потенциальной рекламной аудитории.

Задание 37

Раскройте особенности использования в Вашей профессиональной деятельности вычислительной техники и программного обеспечения.

Задание 38

Перечислите основные требования к информационному обеспечению рекламной деятельности современного специалиста. Представьте алгоритм Вашей работы с информацией в глобальных компьютерных сетях с учетом специфики рекламной и PR-деятельности.

Задание 39

Предложите пути организации эффективной работы рекламного /PR-отдела, где присутствуют несколько лидеров, каждый из которых пытается переключить внимание руководителя и части коллектива на себя.

Задание 40

Какие способы воздействия на клиента рекламного /PR-агентства Вы, как специалист по рекламе и связям с общественностью, будете использовать с учетом:

- социально-демографических особенностей;
- профессиональных особенностей;
- этнических особенностей и т.п.

Задание 41

Новый новостной интернет портал заинтересован в своем развитии. Основную часть посетителей портала составляют молодые люди от 25 лет, в основном - мужчины. Для обеспечения эффективной внешней коммуникационной инфраструктуры Вам, как специалисту по рекламе PR, необходимо выбрать рекламные продукты, которые потенциально могут быть использованы в качестве рекламы на портале, и обосновать свой выбор.

Задание 42

В этом году была создана новая организация, ориентированная на консультирование клиентов по средством телефонных звонков. Большинство работников этого колл-центра - молодые люди от 18 до 30 лет. С самого начала работы в организации возникли проблемы с внутренними коммуникациями в организации. Начались различного рода конфликты, как внутри коллектива, так и по отношению к руководству. Опишите эффективные коммуникационные мероприятия, которые смогут наладить взаимоотношения в коллективе.

Задание 43

Как рекламному менеджеру, Вам требуется участвовать в разработке и проведении рекламной кампании и правильно выстраивать коммуникационные мероприятия. Небольшой банк хочет провести рекламную кампанию для привлечения новых клиентов (вкладчиков физических лиц). Ваша задача как рекламного специалиста - составить алгоритм проведения данной рекламной кампании.

Задание 44

Перспективная молодежная поп-группа хочет провести некоторые мероприятия для увеличения популярности среди своих фанатов с целью презентации своего нового альбома.

Вам, как специалисту в области PR, требуется предложить комплекс коммуникационных кампаний, мероприятий для успешного продвижения группы.

Задание 45

Вы являетесь специалистом рекламного агентства, которое специализируется на работе с общественными организациями. С агентством был заключен контракт на освещение деятельности политической партии «N». По результатам предыдущих выборов стало известно, что большинством проголосовавших были люди из сельской местности. Напишите сюжет рекламного ролика, который будет транслироваться на местном телевидении для повышения популярности партии «N».

Задание 46

Являясь сотрудником рекламного агентства, Вы получили задание: осветить деятельность производственно-коммерческой структуры в сети Интернет. Предприятие ориентировано на b2b рынок и специализируется на выпуске и реализации продукции машиностроения. Опишите каналы распространения информации, которые будут освещать деятельность предприятия.

Задание 47

Вы являетесь сотрудником рекламного агентства в городе «N». Фирма заключила договор с крупным местным торговым центром на проведение рекламной кампании,

приуроченной к новогодним праздникам. По контракту заказчику нужно, чтобы обязательно проведен детский праздник с раздачей подарков. Разработайте план мероприятий на декабрь месяц, с учетом требований заказчика.

Задание 48

Вы являетесь сотрудником маркетингового отдела в крупной региональной торговой сети, занимающейся реализацией продуктов питания. Руководство приняло решение провести рекламную кампанию, приуроченную к двум праздникам: 23 февраля и 8 марта, с учетом, что требуется увеличить количество реализуемых безалкогольных напитков. Разработайте план мероприятий для данной рекламной кампании.

Задание 49

На основе полученных знаний в области профессиональной рекламной деятельности разрешите сложившиеся ситуации. Небольшая кофейня работает в центре города не больше года, молодое заведение не имеет достаточной популярности. В один из рабочих дней произошел случай, навредивший имиджу заведения. Одна из посетительниц заметила в зале таракана и зафиксировала это на камеру телефона. Произошел скандал и заведение временно прекратило свою деятельность по требованию государственных служб, а так же по причине внутреннего разбирательства. По итогу проверок все проблемы были устранены, но репутация заведения успела пострадать. Осталось несколько дней до открытия кафе. Разработайте стратегию по восстановлению репутации заведения.

Задание 50

Обладая знаниями в области профессиональной рекламной деятельности, найдите пути решения следующей ситуации. По результатам ряда социологических опросов в городе «N» выяснилось, что жители города достаточно низко оценивают ситуацию с озеленением районов. Городской Администрацией было принято решение улучшить сложившуюся ситуацию. В связи с этим был открыт парк, организована посадка деревьев и т.д. Вам поручено выбрать PR-мероприятия, которые смогут объективно и грамотно донести результаты административных усилий по озеленению города до общественности.

Задание 51

В условиях рыночной экономики многие функции рекламного менеджера можно применять в различных организационных структурах, таких как отделы рекламы, маркетинговые отделы и рекламные агентства. Перечислите общие требования к профессии рекламного менеджера.

Задание 52

В городе имеется крупная организация, занимающаяся продажей молочных продуктов. В данной организации идет процесс создания маркетингового отдела. Используя блок-схемы, опишите организационную структуру маркетингового отдела подобной организации.

Задание 53

Составьте матрицу для изучения потребности потенциальных клиентов рекламного агентства в интернет-рекламе. Задача данной матрицы - выявить наиболее привлекательные для сотрудничества группы клиентов.

Матрица оценки привлекательности разных групп клиентов

Показатель	Максимальное количество баллов	Потенциальные клиенты						
		A	B	C	D	E	F	G
1.								
2.								
....								
N								

В матрице должны быть следующие элементы:

- показатели, по которым будет производиться оценка;
- максимальное значение каждого показателя в баллах;
- потенциальные клиенты, разбитые на группы по какому-нибудь значимому признаку.

В качестве примера оцените по разработанной матрице 2-3 группы клиентов.

Задание 54

У нового клиента (компании) существует брендбук. В нем четко прописаны все правила использования брендированных изделий. Какую дополнительную информацию (файлы) должны предоставить заказчики для качественной полиграфии?

Задание 55

Какие виды полиграфической продукции вам известны? Что нужно проверить в файлах перед передачей в печать? В каком виде файлы считаются подготовленными к печати?

5.1.2. Рекомендации обучающимся по подготовке к государственному экзамену

При подготовке к государственному экзамену целесообразно использовать материалы лекций, практических занятий, рекомендованную основную и дополнительную литературу. При выполнении того или иного задания сначала следует уделить внимание конспектам лекций, а уж затем учебникам и другой печатной продукции.

Формулировка заданий экзаменационного билета совпадает с формулировкой заданий, приведенных в программе государственного экзамена.

Выполнение задания следует начинать с анализа исходной ситуации. Если задание не вполне понятно, следует обратиться за консультацией к преподавателям. Следует внимательно изучить исходную ситуацию. Далее необходимо разобраться с поставленными задачами, которые необходимо решить. При необходимости следует изучить литературу и другие информационные источники по содержанию задания, уточнить термины и понятия, составляющие задачу.

Представляется крайне важным посещение проводимой перед государственным экзаменом консультации. Здесь есть возможность задать вопросы преподавателю по тем разделам и темам, которые недостаточно или противоречиво освещены в учебной, научной литературе или вызывают затруднение в восприятии. Практика показывает, что подобного рода консультации весьма эффективны, в том числе и с психологической точки зрения.

Экзамен проводится в форме устного ответа на задания экзаменационного билета.

За отведенное для подготовки время необходимо сформулировать четкий ответ по каждому заданию билета. Во время подготовки рекомендуется записывать на лист ответа все содержание ответа. На подготовку ответов на задания экзаменационного билета отводится не менее 60 минут.

Ответ на экзамене целесообразно выстраивать следующим образом. Вначале необходимо назвать номер билета и номер задания в билете, на которое будет дан ответ. Исходную ситуацию зачитывать не следует. Далее зачитывается задача, которую необходимо решить по заданию. Начинать решение задачи следует с объяснения теоретических положений, которые использованы для решения задания. Базируясь на теории, приводится устное описание решения практической задачи.

К выступлению выпускника на государственном экзамене предъявляются следующие требования:

- ответ должен строго соответствовать объему заданий билета;
- ответ должен полностью исчерпывать содержание заданий билета;
- выступление на экзамене должно соответствовать нормам и правилам публичной речи, быть четким, обоснованным, логичным.

Студент должен быть готов и к дополнительным (уточняющим) вопросам, которые могут задать члены государственной экзаменационной комиссии.

В ответе студент должен показать знание теоретических положений, подлежащих применению к ситуации в задании; практики применения указанных положений; продемонстрировать умение применять теорию для решения практических задач будущей профессиональной деятельности.

Во время ответа на поставленные вопросы надо быть готовым к дополнительным или уточняющим вопросам. Дополнительные вопросы задаются членами государственной комиссии в рамках билета и связаны, как правило, с неполным ответом. Уточняющие вопросы задаются, чтобы либо конкретизировать мысли студента, либо чтобы студент подкрепил те или иные теоретические положения практикой, либо привлек знания смежных учебных дисциплин. Полный ответ на уточняющие вопросы лишь усиливает эффект общего ответа студента.

5.1.3. Перечень рекомендуемой литературы для подготовки к государственному экзамену

а) основная литература:

1. Киселёв, А. Г. Теория и практика массовой информации. Общество-СМИ-власть [Электронный ресурс] : учебник для студентов вузов, обучающихся по специальности «Связи с общественностью» / А. Г. Киселёв. — Электрон. текстовые данные. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 431 с. — 978-5-238-01742-6. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/81693.html>
2. Кузнецова, Е. В. Связи с общественностью [Электронный ресурс] : учебно-методическое пособие / Е. В. Кузнецова. — Электрон. текстовые данные. — Саратов : Вузовское образование, 2017. — 125 с. — 978-5-906172-26-6. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/61081.html>
3. Связи с общественностью. Теория, практика, коммуникативные стратегии [Электронный ресурс] : учебное пособие для студентов вузов / А. Ю. Горчева, Т. Э. Гринберг, И. А. Красавченко [и др.] ; под ред. В. М. Горохов, Т. Э. Гринберг. — 2-е изд. — Электрон. текстовые данные. — М. : Аспект Пресс, 2018. — 222 с. — 978-5-7567-0896-7. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/80707.html>
4. Чумиков, А. Н. Реклама и связи с общественностью [Электронный ресурс] : профессиональные компетенции. Учебное пособие / А. Н. Чумиков, М. П. Бочаров, С. А. Самойленко. — Электрон. текстовые данные. — М. : Дело, 2016. — 520 с. — 978-5-7749-1135-6. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/51076.html>

б) дополнительная литература:

1. Евстафьев, В. А. Организация и практика работы рекламного агентства [Электронный ресурс] : учебник для бакалавров / В. А. Евстафьев, А. В. Молин. — Электрон. текстовые данные. — М. : Дашков и К, 2017. — 512 с. — 978-5-394-02549-5. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/62445.html>
2. Карпова, Г. Г. Реклама и связи с общественностью [Электронный ресурс] : учебно-методическое пособие / Г. Г. Карпова, Г. Р. Шамьенова, А. Ю. Егорова. — Электрон. текстовые данные. — Саратов : Саратовский государственный технический университет имени Ю.А. Гагарина, ЭБС АСВ, 2016. — 308 с. — 978-5-7433-3018-8. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/80116.html>
3. Сабетова, Т. В. Реклама и рекламная деятельность [Электронный ресурс] : учебное пособие / Т. В. Сабетова ; под ред. Е. В. Закшевская. — Электрон. текстовые данные. — Воронеж : Воронежский Государственный Аграрный Университет им. Императора Петра Первого, 2016. — 165 с. — 2227-8397. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/72744.html>

4. Шарков, Ф. И. Коммуникология. Теория и практика массовой информации [Электронный ресурс] : учебник для бакалавров / Ф. И. Шарков, В. В. Силкин. — Электрон. текстовые данные. — М. : Дашков и К, 2017. — 160 с. — 978-5-394-02671-3. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/70848.htm>

в) программное обеспечение и Интернет-ресурсы:
MS Word, MS Excell, MS PowerPoint, MS Explorer.

<https://www.raso.ru>

<https://www.mediasoyuz.yr.ru>

<https://www.gipp.ru>

<https://www.nat.ru>

<https://www.tadviser.ru>

поисковые системы www.yandex.ru, www.google.ru

5.2. Выпускная квалификационная работа

5.2.1. Примерный перечень тем выпускных квалификационных работ

1. Государственное регулирование рекламной деятельности
2. Организация связей с общественностью в кризисных ситуациях
3. Правовое обеспечение PR в России: состояние, проблемы и перспективы развития
4. Роль гендерных стереотипов в разработке рекламной кампании (на примере...)
5. Связи с общественностью в социальных сетях
6. Современные тенденции медиапотребления в России в условиях информационного общества
7. Специфика применения имиджевых технологий (в политике, бизнесе, культуре)
8. Теория и технология создания (корпоративного, индивидуального) имиджа
9. Теория и технология формирования корпоративной культуры организации
10. Технологический цикл PR-кампании (в сфере бизнеса, в политической сфере, в социокультурной сфере)
11. Фирменный стиль (коммерческой, общественной, политической, государственной, муниципальной) организации: сущность и технологии формирования
12. PR-сопровождение культурно-массовых мероприятий
13. Особенности рекламы в выставочно-ярмарочной деятельности организации (на примере...)
14. Интегрированные маркетинговые коммуникации в (коммерческой, общественной, политической, государственной, муниципальной) организации
15. Особенности функционирования пресс-службы (коммерческой, общественной, политической, государственной, муниципальной) организации
16. Разработка концепции PR-кампании (на примере тематической кампании)
17. Разработка концепции наружной рекламы в территориальном образовании (на примере...)
18. Разработка рекламной кампании в сети Интернет
19. Разработка рекламных мероприятий по продвижению (конкретной продукции, конкретного предприятия).
20. Связи с общественность как инструмент развития города и его имиджа (на конкретном примере)
21. Спонсоринг и благотворительность в связях с общественностью
22. Технологии взаимодействия органов государственной власти и СМИ (на примере органов федеральной, региональной, муниципальной власти)

23. Управление корпоративным имиджем и формирование репутации (коммерческой, общественной, политической, государственной, муниципальной) организации
24. Формирование и развитие бренда (на примере конкретной организации)
25. Корпоративная социальная ответственность как инструмент формирования репутации организации
26. Кросс-культурный анализ рекламной деятельности
27. Маркетинг и связи с общественностью: взаимодействие коммуникаций (коммерческой, общественной, политической, государственной, муниципальной) организации
28. Организация и проведение ИМК-кампании
29. Промоушн, маркетинг и PR в продвижении (на примере (указать фирму, отрасль))
30. Формирование туристского имиджа Ставропольского края

5.2.2. Порядок выполнения ВКР

Выпускная квалификационная работа в соответствии с ООП бакалавриата выполняется в виде бакалаврской работы в период прохождения преддипломной практики и времени на ее подготовку и представляет собой самостоятельную и логически завершенную работу, связанную с решением задач тех видов деятельности, к которым готовится бакалавр. Бакалаврская работа должна быть представлена в форме рукописи.

Выпускная квалификационная работа выполняется на заключительном этапе обучения в установленные сроки и имеет цель:

- закрепление и расширение теоретических и практических знаний, полученных при освоении основной образовательной программы, проверку способностей выпускника к применению этих знаний при решении конкретных профессиональных задач;
- развитие навыков ведения самостоятельной работы и овладение методикой исследования при решении разрабатываемых проблем и вопросов по профилю основной образовательной программы;
- выявление соответствия подготовленности выпускника требованиям федерального государственного образовательного стандарта.

При выполнении выпускной квалификационной работы выпускники должны показать свою способность и умение, опираясь на полученные знания, умения и сформированные общекультурные, общепрофессиональные и профессиональные компетенции, самостоятельно решать на современном уровне задачи своей профессиональной деятельности в области рекламы и связей с общественностью; профессионально излагать специальную информацию, научно аргументировать и защищать свою точку зрения.

К выпускной квалификационной работе предъявляются следующие общие требования: актуальность, конкретность, реальность, практическое применение, обоснование эффективности предлагаемых решений.

Тематика выпускных квалификационных работ направлена на решение профессиональных задач:

- 1) в редакторской деятельности:
 - поиск и размещение информации на сайте; организация работ по созданию, информационному наполнению и редактированию контента сайта;
 - управление информацией из различных источников и анализ информационных потребностей посетителей сайта;
- 2) в маркетинговой деятельности:
 - организация маркетинговых исследований в области СМИ и разработка маркетинговой стратегии для продукции СМИ;
- 3) в организационной деятельности:

- участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы и организации;
- оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью;
- проведение мероприятий по повышению имиджа организации, продвижению товаров и услуг фирмы на рынок;
- оценка эффективности рекламной деятельности и связей с общественностью;
- создание эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечение внутренней и внешней коммуникации;
- планирование, подготовка и проведение коммуникационных кампаний и мероприятий.

Кафедрой социально-гуманитарных дисциплин (СГД) разрабатывает перечень тем выпускных квалификационных работ, предлагаемых студентам, который утверждается учебно-методической комиссией социально-психологического факультета. Утвержденный перечень тем выпускных квалификационных работ доводится до сведения студентов не позднее чем за 6 месяцев до даты начала государственной итоговой аттестации.

Студенты выбирают тему ВКР из утвержденного перечня и подают на кафедру СГД письменное заявление с указанием темы.

По письменному заявлению студента выпускающая кафедра может предоставить возможность подготовки и защиты выпускной квалификационной работы по теме, предложенной студентом, в случае обоснованности целесообразности ее разработки для практического применения в соответствующей области профессиональной деятельности или на конкретном объекте профессиональной деятельности.

Выбранные темы выпускных квалификационных работ закрепляются за студентами приказом ректора (проректора). Для подготовки выпускной квалификационной работы за студентом приказом ректора (проректора) закрепляется руководитель выпускной квалификационной работы из числа преподавателей кафедры СГД.

ВКР выполняется студентом самостоятельно. Студент самостоятельно пишет выпускную квалификационную работу и оформляет всю необходимую документацию. Ответственность за теоретически и методически правильную разработку и освещение темы ВКР, ее качество, достоверность содержащихся в ней сведений, своевременность представления работы на кафедру целиком и полностью лежит на авторе ВКР.

Руководитель выпускной квалификационной работы:

- определяет задание на преддипломную практику студента с учетом возможностей апробации результатов ВКР в организации;
- выдает задание на ВКР (приложение 2 Положения о ВКР);
- при необходимости оказывает помощь в разработке методологического и методического аппарата исследования;
- оказывает помощь студенту в составлении плана работы, в его координации и уточнении по мере необходимости;
- дает студенту рекомендации по структуре и содержанию ВКР, подбору литературных и иных информационных источников и т. д.;
- проводит предусмотренные расписанием консультации;
- оказывает редакторскую помощь в оформлении текста работы;
- контролирует процесс выполнения работы;
- дает рекомендации по подготовке к предзащите ВКР;
- дает рекомендации по разработке мультимедийной презентации ВКР;
- консультирует выпускников при подготовке к публичной защите в рамках государственной итоговой аттестации;
- готовит отзыв о работе студента над ВКР (приложение 3).

Для контроля за ходом выполнения выпускных квалификационных работ обучающимися на выпускающей кафедре разрабатывается график подготовки и сдачи

выпускных квалификационных работ на кафедру. Представление выпускной квалификационной работы на кафедру с отзывом руководителя должно быть осуществлено за 7 календарных дней до даты защиты ВКР.

5.2.3. Требования к ВКР

Структура и содержание выпускной квалификационной работы определяются ее целями и задачами.

Структура выпускной квалификационной работы включает в себя следующие основные элементы в порядке их расположения:

- титульный лист;
- задание на ВКР;
- содержание;
- введение;
- основная часть;
- заключение;
- список использованных источников;
- приложения.

Титульный лист (приложение 1) является первой страницей выпускной квалификационной работы. Титульный лист должен содержать подпись автора ВКР и руководителя.

После титульного листа располагается задание на ВКР (приложение 2), выданное руководителем и оформленное в соответствии с предъявляемыми требованиями.

В содержании последовательно излагаются названия глав, параграфов и пунктов выпускной квалификационной работы, с указанием страниц, с которых они начинаются. Названия глав, параграфов и пунктов должны точно повторять соответствующие заголовки в тексте.

Во введении должно быть представлено обоснование актуальности темы исследования, сформулирована проблема исследования, цель и содержание поставленных задач, объект и предмет исследования, указаны избранные методы исследования, указано, в чем заключаются практическая значимость полученных результатов.

В основной части излагается материал по теме, приводится анализ информационных источников, решаются задачи, сформулированные во введении.

В наиболее общем случае выпускная квалификационная работа содержит три части (главы):

- теоретическую,
- аналитическую,
- рекомендательную.

В теоретической главе выпускной квалификационной работы рассматриваются вопросы, раскрывающие сущность темы, теоретические аспекты, основные понятия, понятийный аппарат, особенности, проблемы и т.д. Она должна включать на основе анализа информационных источников полное и систематизированное изложение состояния проблемы, которой посвящена выбранная выпускником тема ВКР.

В аналитической части выпускной квалификационной работы следует рассмотреть теоретические положения первой главы применительно к практической деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью, дать общую характеристику внешней и внутренней среды, в которой действует организация, целей и задач ее функционирования, основных целевых аудиторий.

Рекомендательная часть выпускной квалификационной работы должна отражать основные направления совершенствования деятельности организации или основные направления совершенствования комплекса проблем, которые выявлены в результате

проведенного анализа; основные тенденции развития; различные прогнозные (или перспективные) направления развития, практические рекомендации, программы и т.д.

Содержание аналитической и рекомендательной глав должно быть связано с вопросами, рассмотренными в теоретической главе. Все главы должны быть логически связаны.

Материалы этих глав должны отражать результаты самостоятельно проведенных исследований, состояние рассматриваемой проблемы, содержать предложения по решению проблем на базе исследования.

Практические материалы иллюстрируются таблицами, графиками, рисунками.

Все материалы, не являющиеся насущно важными для понимания решения задачи, выносятся в приложения.

Содержание глав основной части должно точно соответствовать теме выпускной квалификационной работы, полностью ее раскрывать, показать умение выпускника сжато, логично и аргументировано излагать материал.

Обязательными для выпускной квалификационной работы являются логическая связь между главами и последовательное развитие основной идеи темы на протяжении всей работы.

Использование в работе в качестве инструментальных средств специализированного программного обеспечения и математических методов и моделей повышают качество и ценность выпускной квалификационной работы.

В заключении логически последовательно излагаются теоретические и практические выводы и предложения, которые вытекают из содержания работы и носят обобщающий характер, отражаются результаты решения поставленных во введении задач, формулируются рекомендации по использованию результатов работы.

Список использованных источников, как правило, включает не менее 25 наименований. В список использованных источников включаются те источники, которые использовались при подготовке ВКР.

Приложение – это часть работы, которая имеет дополнительное, обычно справочное значение, но является необходимой для более полного освещения темы.

В приложения выносятся те вспомогательные или дополнительные материалы, которые не могут быть по техническим или другим причинам включены в основной текст или разрывают текст работы более чем на один лист.

Материал включается в приложения в целях сокращения объема основной части ВКР, его страницы не входят в общий объем работы. Конкретный состав приложений, их объем, включая иллюстрации, определяется по согласованию с руководителем выпускной квалификационной работы.

ВКР представляется на кафедру в электронном варианте (формат .doc) и бумажном носителе в одном экземпляре, при этом может прилагаться акт об апробации (или решение о внедрении материалов исследования) с места выполнения эмпирической части ВКР (базовой организации), в котором подтверждается фактическое участие студента в практической работе по теме работы в данной организации.

Требования к оформлению выпускной квалификационной работы изложены в Положении о выпускных квалификационных работах (СМК П 39-05).

Минимальные критерии, при которых работа может быть допущена к защите:

- соответствие формулировки темы ВКР утвержденной приказом ректора (проректора);
- соответствие оформления установленным требованиям;
- актуальность работы;
- соответствие содержания и структуры работы теме и заданию на ВКР;
- объем заимствований;
- положительный отзыв руководителя ВКР.

6. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

6.1. Процедура проведения государственного экзамена

Государственная итоговая аттестация проводится после освоения основной образовательной программы в полном объеме.

Перед проведением государственного экзамена проводятся предэкзаменационные консультации по вопросам и заданиям, включенным в программу государственного экзамена.

Государственный экзамен проводится в дни, установленные утвержденным расписанием государственных аттестационных испытаний.

Экзамен проводится в устной форме по билетам. Билеты содержат 2 задания из перечня вопросов и заданий государственного экзамена. За неделю до государственного экзамена выпускающей кафедрой формируются экзаменационные билеты в количестве на 3 больше числа экзаменуемых. Экзаменационные билеты подписываются председателем государственной экзаменационной комиссии, запечатываются в конверт и хранятся в сейфе до начала государственного экзамена.

В начале государственного экзамена билеты выдаются в запечатанном виде председателю ГЭК, который распечатывает их и раскладывает таким образом, чтобы экзаменуемому была обеспечена возможность взять любой из них, при этом содержание билетов не должно быть видно. Студент берет билет методом случайного выбора, знакомится с его содержанием в течение 5 минут и уточняет у членов комиссии возникшие вопросы. Студентам выдаются специальные экзаменационные листы с печатью социально-психологического факультета, на которых они выполняют задания. На подготовку ответа отводится 60 минут. При выполнении заданий разрешается пользоваться программой государственного экзамена. Иными источниками информации, в том числе средствами связи во время проведения государственного экзамена пользоваться запрещено. В помещении, где проводится государственный экзамен может одновременно находиться не более 6-ти экзаменуемых.

По истечении времени подготовки ответа, студент отвечает на вопросы заданий экзаменационного билета. На ответ студента по каждому заданию билета отводится, как правило, 10 минут.

Ответ на экзамене выстраивается следующим образом. Вначале студент называет номер билета и номер задания в билете, на которое будет дан ответ. Далее выпускник зачитывает задачу, которую необходимо решить по заданию. Решение задачи начинается с объяснения теоретических положений, на которые опирается решение задания. Базируясь на теории, приводится устное описание процесса решения практической задачи.

После ответа студента председатель и члены ГЭК задают дополнительные (уточняющие) вопросы в пределах предметной области экзаменационного задания.

Члены ГЭК в процессе заседания на основании устного ответа выпускника дают его оценку по установленным критериям оценивания. Председатель и каждый член комиссии заполняет оценочный лист государственного экзамена (приложение 4).

Решение государственной экзаменационной комиссии принимается на закрытом заседании простым большинством голосов состава комиссии, участвующих в заседании. При равном числе голосов голос председателя является решающим.

Оценки по результатам государственного экзамена объявляются в день проведения экзамена. В день объявления результатов государственного экзамена предусмотрена возможность проведения апелляции.

6.2. Процедура защиты выпускных квалификационных работ

Защита выпускных квалификационных работ проводится в дни, установленные утвержденным расписанием государственных аттестационных испытаний.

Защита выпускных квалификационных работ проводится на открытых заседаниях государственной экзаменационной комиссии с участием не менее двух третей от числа ее членов. Персональный состав ГЭК утверждается приказом ректора.

В начале процедуры защиты выпускной квалификационной работы секретарь ГЭК представляет студента, объявляет тему работы, передает председателю ГЭК выпускную квалификационную работу и все необходимые документы, после чего выпускник получает слово для доклада. Как правило, на доклад отводится 7-8 минут.

Доклад выпускника об основных результатах выполненной ВКР должен включать:

- наименование темы ВКР, обоснование ее актуальности;
- проблему исследования, указание цели, объекта, предмета и задач исследования;
- выводы по результатам выполненной ВКР, при этом, в первую очередь, следует приводить выводы, полученные автором ВКР самостоятельно.

Доклад выпускника должен сопровождаться компьютерной презентацией. Оптимально количество слайдов – 8-10.

По завершению доклада председатель и члены ГЭК имеют возможность задать вопросы выпускнику. Заданные вопросы и ответы на них выпускника записываются секретарем в протокол. Далее секретарь зачитывает отзыв руководителя на выпускную квалификационную работу. Выпускнику предоставляется возможность ответить на замечания руководителя ВКР.

Председатель и члены ГЭК в процессе защиты на основании представленной ВКР и устного доклада автора дают оценку выпускной квалификационной работы и подтверждают соответствие полученного ее автором образования требованиям ФГОС ВО по установленным критериям оценивания. Председатель и каждый член комиссии заполняет оценочный лист защиты ВКР (Приложение 5).

Решение государственной экзаменационной комиссии принимается на закрытом заседании простым большинством голосов состава комиссии, участвующих в заседании. При равном числе голосов голос председателя является решающим.

Оценки по результатам защиты ВКР объявляются в день защиты ВКР. В день объявления результатов защиты ВКР предусмотрена возможность проведения апелляции.

Государственная экзаменационная комиссия на закрытом заседании обсуждают результаты государственных аттестационных испытаний: государственного экзамена и защиты выпускной квалификационной работы – и принимает решение о присвоении выпускнику соответствующей квалификации и выдаче ему документа об образовании и о квалификации.

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ СОЦИАЛЬНЫЙ ИНСТИТУТ»

Социально-психологический факультет

Кафедра социально-гуманитарных дисциплин

Допущена к защите
Зав. кафедрой
_____ Т.В. Поштарева
« ___ » _____ 20__ г.

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА
(бакалаврская работа)

на тему «Тема работы»

Выполнил(а)
студент(ка) __-го курса
направления подготовки
42.03.01 Реклама и связи с общественностью
группы указать

подпись

Фамилия имя отчество

Руководитель работы:
должность, уч. ст., уч. зв.

подпись

Инициалы Фамилия

Ставрополь, 20__ г.

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ СОЦИАЛЬНЫЙ ИНСТИТУТ»

Социально-психологический факультет

Кафедра социально-гуманитарных дисциплин

Утверждаю
Зав. кафедрой
_____ Т.В. Поштарева
« ___ » _____ 20__ г.

ЗАДАНИЕ

на выпускную квалификационную работу

студенту

_____ (Ф. И.О. полностью)

направление подготовки

42.03.01 Реклама и связи с общественностью (направленность (профиль)
программы: Реклама и связи с общественностью)

Группа _____

1. Тема выпускной квалификационной работы

« _____ »

утверждена приказом от « ___ » _____ 20__ г. № _____

2. Срок сдачи студентом законченной работы « ___ » _____ 20__ г.

3. Исходные данные (материалы для выполнения ВКР):

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
 ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
 «СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ СОЦИАЛЬНЫЙ ИНСТИТУТ»

**ОТЗЫВ РУКОВОДИТЕЛЯ
 ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЫ**

Вид работы бакалаврская работа

Тема работы « _____
 _____ »

Автор работы: _____

Направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с
 общественностью

направленность (профиль) программы: Реклама и связи с общественностью
 шифр, наименование

Руководитель _____
 должность, фамилия, инициалы, уч. ст., уч. зв.

**1. Характеристика работы и оценка соответствия подготовленности автора ВКР
 требованиям ФГОС**

Показатели и критерии оценивания	Оценки				
	5	4	3	2	
Представленность в работе грамотного научного анализа теоретического материала с учетом собственной научной оценки исследуемых в работе явлений					
Наличие в работе обоснованного описания использованных методов теоретического и эмпирического анализа					
Презентация результатов ВКР и устная защита полученных положений работы в научной аудитории с ответами на вопросы специалистов					
В материалах работы и презентации отражены инновационные, нестандартные и при этом научно корректные решения задач из области рекламы и PR					
В работе представлены современные методы социологического и маркетингового анализа и учтены этические нормы в представлении и оценке полученных результатов					
Представленность в работе четкости и научной грамотности научного аппарата исследования (объект, предмет, цель, гипотеза и задачи ВКР), системного представления материалов теоретической и эмпирической части работы с формулированием адекватных исследовательским задачам выводов					

Приложение 5

Оценочный лист защиты ВКР по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

№ п/п	Ф.И.О. студента	Критерии оценивания выпускной квалификационной работы, ее защиты и их оценки по четырехбалльной шкале (2, 3, 4, 5)						Итоговая оценка*
		1 Представленность в работе грамотного научного анализа теоретического материала с учетом собственной научной оценки и последующих в работе явлений	2 Наличие в работе обоснованного описания и использования методов теоретического и эмпирического анализа	3 Презентация результатов ВКР и устная защита полученных положений работы в научной аудитории с ответами на вопросы специалистов	4 В материалах работы и презентации отражены инновационные, нестандартные и при этом научно корректные решения задач из области рекламы и PR	5 В работе представлены современные методы социологического и маркетингового анализа и учтены этические нормы в представлении и оценке полученных результатов	6 Представленность в работе четкости и научной грамотности научного аппарата исследования (объект, предмет, цель, гипотеза и задачи ВКР), системного представления материалов теоретической и эмпирической части работы с формулированием адекватных исследовательским задачам выводов	
1								
2								
3								
4								
5								
...								

*Итоговая оценка определяется как среднеарифметическая по всем критериям, округленная до целого значения.

Председатель (член) ГЭК _____

/И.О. Фамилия/