

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования  
«Тихоокеанский государственный университет»

Институт социально-политических технологий и коммуникаций

Кафедра реклама и связи с общественностью

УТВЕРЖДАЮ  
Проректор по учебной работе

Н.Ю. Сорокин

«28» 12 2017 г.

## ПРОГРАММА

### Государственной итоговой аттестации

НАПРАВЛЕНИЕ ПОДГОТОВКИ 42.03.01 РЕКЛАМА И СВЯЗИ С  
ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

Программа академического бакалавриата

Профиль: Реклама и связи с общественностью в системе государственного и  
муниципального управления

Квалификация выпускника – бакалавр

Форма обучения: *очная, очно-заочная, заочная.*

Нормативный срок освоения программы  
(очная форма обучения) - 4 года

Хабаровск  
2017

Программа разработана в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», приказа Министерства образования и науки РФ от 11 августа 2016 г. № 997 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры», приказом Министерства образования и науки РФ от 29 июня 2015 г. N 636 «Об утверждении Порядка проведения государственной итоговой аттестации по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета и программам магистратуры», с учетом особенностей региона и условий организации учебного процесса Тихоокеанского государственного университета

Разработчик(и) программы:

Профессор  
должность

зав.кафедрой  
должность

С.П. Понарина  
подпись

Ю.М. Маркина  
подпись

Понарина С.П.  
(Ф.И.О.)

Маркина Ю.М.  
(Ф.И.О.)

Программа утверждена на заседании УМК направления подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» «\_\_\_\_\_» 12 09 2017 г. (протокол № 1).  
шифр, наименование

Председатель УМК

Зав. кафедрой

Директор института

С.П. Понарина  
подпись

Ю.М. Маркина  
подпись

И.Ф. Ярулин  
подпись

Понарина С.П.  
(Ф.И.О.)

Маркина Ю.М.  
(Ф.И.О.)

Ярулин И.Ф.  
(Ф.И.О.)

## Содержание

1.	Формы государственной итоговой аттестации	4
2.	Требования к выпускной квалификационной работе	4
3.	Порядок проведения государственной итоговой аттестации	4
4.	Фонд оценочных средств для проведения государственной итоговой аттестации обучающихся	7
4.1.	Перечень компетенций, которыми должны овладеть обучающиеся в результате освоения образовательной программы	7
4.2.	Описание показателей и критериев оценивания компетенций, а также шкал оценивания	8
4.3.	Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов освоения образовательной программы	23
4.4.	Методические материалы, определяющие процедуры оценивания результатов освоения образовательной программы	25
5.	Перечень информационных технологий и программного обеспечения, используемых для проведения государственной итоговой аттестации обучающихся	25
6.	Материально-техническая база, необходимая для проведения итоговой государственной аттестации обучающихся	26

## **Программа государственной аттестации содержит:**

### **1. Форма государственной итоговой аттестации**

Государственная итоговая аттестация проводится в форме защиты выпускной квалификационной работы (ВКР).

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

### **2. Требования к выпускной квалификационной работе бакалавра**

Выпускная квалификационная работа выполняется на базе теоретических знаний и практических навыков, полученных студентом в течение всего срока обучения.

Выпускная квалифицированная работа должна быть исследовательской, в которой анализируются актуальные проблемы истории, теории и практики рекламы и связей с общественностью, подготовленных выпускником за последний год обучения, и их теоретико-практическое осмысление.

В исследовательской работе выпускник должен продемонстрировать умение выделить проблему, актуальную в определенной области рекламы и связей с общественностью, определить объект и предмет исследования, сформулировать его цели и задачи, проявить способность исследовать проблему, анализировать имеющийся эмпирический материал и научную литературу, делать обоснованные выводы, используя базовые теоретические и практические знания, полученные в процессе общепрофессиональной и специально-профессиональной подготовки.

Кафедра утверждает перечень тем выпускных квалификационных работ, предлагаемым обучающимся, и доводит его до сведения обучающихся не позднее, чем за 6 месяцев до даты начала государственной итоговой аттестации.

Для подготовки выпускной квалификационной работы за обучающимся приказом по ТОГУ закрепляется руководитель выпускной квалификационной работы из числа сотрудников кафедры.

### **3. Порядок проведения государственной итоговой аттестации**

Федеральный закон «Об образовании в Российской Федерации № 272-ФЗ от 29.12.2012;

Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования ФГОС ВО 3+ по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата)», утвержденный приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 11 августа 2016г. № 997;

Приказ Министерства образования и науки РФ от 29 июня 2015г. № 636 «об утверждении порядка проведения государственной итоговой аттестации по образовательным программам высшего образования – программам специалитета и программам магистратуры»;

Порядок проведения государственной итоговой аттестации представлен в приказе ректора ТОГУ № 001/438 от 31.12.2015г. «О введении в действие порядка проведения государственной итоговой аттестации по программам бакалавриата, программам специалитета и программам магистратуры в Тихоокеанском государственном университете».

## **Проблемные вопросы выпускных квалификационных работ**

Темы выпускных квалификационных работ студентов Тихоокеанского государственного университета, обучающихся по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», должны быть сформулированы в рамках 3 блоков:

- ✓ Теория и практика рекламы,
- ✓ Теория и практика связей с общественностью,
- ✓ Технологии рекламы и связи с общественностью в государственных и общественных структурах.

При определении темы выпускной квалификационной работы предпочтение следует отдавать усилению локальных и региональных субъектов, росту их коммуникационной активности сопровождаемой повышением интересов общественности к местной повестки (Хабаровского края и Дальнего Востока). Формулировка темы должна быть согласована с научным руководителем и утверждена на заседании кафедры рекламы и связей с общественностью Тихоокеанского государственного университета в сентябре - октябре текущего учебного года. Формулировка может быть скорректирована в рамках утвержденной темы, согласована с научным руководителем и утверждена на заседании кафедры не позже, чем за два месяца до защиты выпускной квалификационной работы. Изменение темы должно быть обусловлено материалом и обосновано его анализом.

При выборе темы следует ориентироваться на следующий круг проблемных вопросов связанных с областью профессиональной деятельности:

- коммуникационные процессы в межличностной, социальной, политической, экономической, культурной, образовательной и научной сферах;
- традиционные и новые техники и технологии массовых, деловых и персональных коммуникаций, (в федеральных органах государственной власти, органах государственной власти субъектов Российской Федерации, органах местного управления); негосударственных, общественных и коммерческих организациях, средствах массовой информации, производственных и сервисных предприятиях;
- традиционные и новые технологии и техники пропаганды конкурентных свойств товаров, услуг, коммерческих компаний, некоммерческих и общественных организаций, государственных органов и учреждений, их позиционирование в рыночной среде;
- роль рекламы и связей с общественностью формирования общественного мнения.

## **Структура выпускных работ**

Структура конкретной выпускной квалификационной работы, имеющей исследовательский характер, разрабатывается выпускником в ходе консультаций с руководителем работы. Разделами работы должны быть следующие части:

- задание;
- реферат;
- содержание;
- введение;
- теоретическая часть;
- практическая часть;
- заключение;
- список использованных источников;
- приложения (обязательные, справочные).

Кроме того к защите выпускной квалификационной работы студент должен подготовить:

- доклад;
- иллюстрационный материал и презентацию;
- отзыв на ВКР;

Во введении содержится обоснование актуальности избранной для исследования проблемы, новизна темы, объект и предмет исследования, цель и задачи работы, материал, методы исследования, теоретическая и практическая значимость исследования, апробация результатов исследования.

В работе исследовательского характера должна быть представлена теоретическая часть. Теоретическая часть должна быть тесно связана с профессионально-творческой деятельностью. В ней должны быть проработаны важнейшие теоретические аспекты, связанные с данным направлением в рекламе или связях с общественностью. Где анализируется выбранный объект и предмет исследования с применением системного, философского, теоретико-социологического, исторического и других методов.

Разделы практической части должны быть посвящены анализу эмпирического материала, а также материалом автора, в виде проектов (коммуникационные в том числе, рекламные или PR-кампании, концепция издания, содержательная, оформительская модель, т. д.), осуществленные самостоятельно или при участии выпускника. В работе должна быть четко обозначена связь теории с практикой.

В заключении предлагаются выводы, в которых подчеркивается новизна и практическая значимость исследования, предлагаются мероприятия, направленные на решение проблемы, на повышение эффективности профессиональной деятельности.

Выпускных квалификационных работ должна содержать библиографический список литературы по теме. Обязательно включение приложений (копии анализируемых работ). Ориентированный объем работы – не менее 45 страниц – не более 60 страниц А4 (14 шрифт, полуторный интервал). Текст ВКР оформляется в соответствии со стандарта организации – СТО ТОГУ 02067971. 106-2015 «Работы выпускных квалификационные, проекты и работы курсовые. Структура и правила оформления».

### **Требования к допуску к защиты выпускных квалификационных работ**

Выпускная квалификационная работа, допущенная руководителем к защите (о чем свидетельствует отзыв научного руководителя), за десять дней до запланированного срока защиты представляется на кафедру. Кафедра обеспечивает ознакомление обучающегося с отзывом не позднее, чем за 5 календарных дней до дня защиты выпускной квалификационной работы.

Выпускная квалификационная работа, отзыв передаются в государственную экзаменационную комиссию не позднее, чем за два календарных дня до защиты выпускной квалификационной работы.

Тексты выпускных квалификационных работ, за исключением текстов выпускных квалификационных работ, содержащих сведения, составляющие государственную тайну, размещаются кафедрой в электронно-библиотечной системе ТОГУ и проверяются на объём заимствования, в том числе содержательно, на выявление неправомерных заимствований. Оригинальность текста ВКР должна составлять минимум 60 %.

За 30 дней до защиты проводится предзащита ВКР. Комиссия изучает и оценивает соответствие пояснительной записки и демонстрационного материала заданию на выполнение ВКР, заслушивает доклад студента, задает вопросы по теме ВКР, дает рекомендации по содержанию доклада, презентации и требует устранения замечаний. Также комиссией рассматриваются результаты проверки ВКР на объём заимствований.

### **Процедура защиты квалификационных работ**

Защита выпускной квалификационной работы проводится на заседании государственной аттестационной комиссии, где выпускник в течение 7-10 минут знакомит присутствующих с основными положениями выпускной квалификационной работы (актуальность, новизна, цель, задачи, объект, предмет, материал, методы исследования,

практическая значимость исследования, основные идеи теоретической и практической части, выводы по работе).

Обязательно применение технических средств (мультимедийная презентация). Выпускник отвечает на вопросы членов комиссии. После этого представляется отзыв научного руководителя, а выпускник отвечает на замечания участников дискуссии. Затем автору выпускной квалификационной работы предоставляется заключительное слово.

Окончательная оценка за выпускную квалификационную работу выставляется на закрытом заседании комиссии с учетом качества работы и хода защиты.

#### **4. Фонд оценочных средств для проведения государственной итоговой аттестации обучающихся**

##### **4.1. Перечень компетенций, которыми должны овладеть обучающиеся в результате освоения образовательной программы при защите ВКР**

Выпускник, освоивший образовательную программу должен обладать следующими **общекультурными компетенциями:**

способностью использовать основы философских знаний для формирования мировоззренческой позиции ОК-1;

способностью анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции ОК-2;

способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности ОК-3;

способностью использовать основы правовых знаний в различных сферах жизнедеятельности ОК-4;

способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия ОК-5;

способностью работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия ОК-6;

способностью к самоорганизации и самообразованию ОК-7;

способностью использовать методы и средств физической культуры для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности ОК-8;

готовностью пользоваться основными методами защиты производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий ОК-9;

**общепрофессиональными компетенциями:**

способностью осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах ОПК-1;

владением знаниями и навыками работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью ОПК-2;

обладанием базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга ОПК-3;

умением планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия ОПК-4;

умением проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия ОПК-5;

способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности ОПК-6;

### **профессиональными компетенциями:**

владением навыками подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт) ПК-4;

способностью реализовывать проекты и владением методами их реализации ПК-5;

способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации ПК-6;

способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий ПК-7;

способностью организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы ПК-8;

способностью проводить маркетинговые исследования ПК-9;

способностью организовывать и проводить социологические исследования ПК-10;

способностью владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов ПК-11.

## **4.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций, а также шкал оценивания**

*Таблица 1. Планируемый результат компетенций ГИА*

Код	Компетенция	Планируемый результат
ОК-1	способностью использовать основы философских знаний для формирования мировоззренческой позиции	Знать: <ul style="list-style-type: none"><li>• концептуальные основы и понятия философской науки, влияющей на формирование мировоззренческой позиции личности</li></ul> Уметь: <ul style="list-style-type: none"><li>• применять основы философских знаний для отстаивания мировоззренческой позиции в ходе профессиональной деятельности</li></ul> Владеть: <ul style="list-style-type: none"><li>• способностью использовать основы философских знаний для формирования мировоззренческой позиции</li></ul>
ОК-2	способностью анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции	Знать: <ul style="list-style-type: none"><li>• основные исторические факты, явления и процессы, их последовательность, современное социально-политическое, духовно-нравственное состояние мировой цивилизации и перспективы ее развития.</li></ul> Уметь: <ul style="list-style-type: none"><li>• проводить анализ исторических закономерностей, делать выводы на основе исторических знаний для формирования своей гражданской позиции, оперировать основными историческими терминами; давать объективную характеристику исторических фактов, явлений и процессов, основанную на их научном анализе;</li></ul> Владеть: <ul style="list-style-type: none"><li>• научными подходами к изучению истории,</li></ul>



		основанными на совокупности большого количества данных о развитии мировой истории в целом
ОК-3	способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• основы экономических знаний в различных сферах деятельности</li> </ul> <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• использовать основы экономических знаний для совершенствования деятельности организаций в различных направлениях; проводить сравнительный анализ рыночной и плановой экономики; грамотно формулировать и аргументировать свою позицию по проблемам эффективности экономических систем</li> </ul> <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• представлениями о негативных влияниях развития мировых экономико-географических процессов на экономику России</li> </ul>
ОК-4	способностью использовать основы правовых знаний в различных сферах жизнедеятельности	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• законодательные и нормативные акты, регламентирующие предпринимательскую, коммерческую и рекламную деятельность, систему налогообложения;</li> </ul> <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• использовать основы правовых знаний в области рекламы, связей с общественностью и СМИ;</li> </ul> <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• навыками использования основ правовых знаний в области рекламы, связей с общественностью и СМИ</li> </ul>
ОК-5	способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• правила речевого этикета; о дифференциации лексики по сферам применения (бытовая, терминологическая, общенаучная, официальная и т.д.); иметь представление о фонетической, лексической и грамматической системе языка</li> </ul> <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• читать и понимать (без словаря) оригинальный художественный текст на иностранном языке; - уметь выражать свои мысли в устной форме по пройденной тематике, устно излагать краткое содержание и основные мысли текста; - уметь излагать свои мысли в письменной форме по повседневной тематике. - применять коммуникативные навыки и умения в процессе аудирования, говорения, чтения и письма в конкретных речевых ситуациях</li> </ul> <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• на уровне автоматизма речевыми формулами, позволяющими более успешно осуществлять общение на иностранном языке; эффективной самопрезентации; решения и предотвращения конфликтов; практического применения полученных в рамках обозначенной дисциплины знаний в</li> </ul>

		профессиональной деятельности и в повседневном межличностном общении.
ОК-6	способность работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• основные социологические теории и концепции взаимодействия людей в организации, включая вопросы мотивации, групповой динамики, коммуникаций, лидерства и управления конфликтами</li> </ul> <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• применять понятийно-категориальный аппарат, основные законы гуманитарных и социальных наук в профессиональной деятельности</li> </ul> <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• способностью работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия</li> </ul>
ОК-7	способностью к самоорганизации и самообразованию	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• содержание процессов самоорганизации и самообразования, их особенностей и технологий реализации, исходя из целей совершенствования профессиональной деятельности</li> </ul> <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• самостоятельно строить процесс овладения информацией, отобранной и структурированной для выполнения профессиональной деятельности; анализировать результаты собственной работы</li> </ul> <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• организовать процесс самообразования; применять приемы целеполагания во временной перспективе, способы планирования, организации, самоконтроля и самооценки деятельности</li> </ul>
ОК-8	способностью использовать методы и средств физической культуры для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• влияние оздоровительных систем физического воспитания на укрепление здоровья, профилактику профессиональных заболеваний, вредных привычек и увеличение продолжительности жизни, иметь научное представление о здоровом образе жизни</li> </ul> <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• выполнять самостоятельно разработанные комплексы оздоровительной и адаптивной физической культуры, применять методы самоконтроля при выполнении физической нагрузки</li> </ul> <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• навыками физического самосовершенствования</li> </ul>
ОК-9	готовностью пользоваться основными методами защиты производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, последствий аварий,	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• основные методы защиты производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий</li> </ul> <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• оценивать опасности возникающие при появлении каких-либо чрезвычайных ситуаций, выполнять необходимые действия по защите себя,</li> </ul>

	катастроф, стихийных бедствий	других людей, природы, имущества, технологического оборудования от их негативного воздействия. Владеть: <ul style="list-style-type: none"> <li>• знаниями и навыками в оказании первой помощи и защиты в условиях чрезвычайных ситуаций</li> </ul>
ОПК-1	способностью осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах	Знать: <ul style="list-style-type: none"> <li>• факторы, определяющие круг профессиональных обязанностей рекламиста и PR-специалиста и их состав; теорию и методологию руководства осуществлением профессиональных функций в области рекламы и связей с общественностью в условиях быстро меняющейся среды; особенности конкретного объекта приложения руководящих функций в государственных, общественных, коммерческих структурах, средствах массовой информации, в социальной сфере, сфере политики,</li> </ul> Уметь: <ul style="list-style-type: none"> <li>• отслеживать изменения внешней среды и адаптировать методы и методики руководства осуществлением профессиональных функций в области рекламы и связей с общественностью</li> </ul> Владеть: <ul style="list-style-type: none"> <li>• навыками осуществления профессиональных функций в области рекламы и связей с общественностью в условиях изменяющейся среды</li> </ul>
ОПК-2	владением знаниями и навыками работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью	Знать: <ul style="list-style-type: none"> <li>• организацию работы в пресс-центрах, пресс-службах, в отделах печати, СМИ, отделах по связям с общественностью, центрах общественных связей, отделах рекламы, в рекламных агентствах, маркетинговом отделе, в коммуникационных агентствах основные подходы, процедуры и методологию управления проектами; алгоритм осуществления коммуникационных кампаний и мероприятий</li> </ul> Уметь: <ul style="list-style-type: none"> <li>• участвовать в формировании и поддержании корпоративной культуры; оценивать эффективность интегрированных коммуникационных кампаний;</li> </ul> Владеть: <ul style="list-style-type: none"> <li>• навыками оперативного планирования рекламной деятельности, деятельности по связям с общественностью, проведения мероприятий по повышению имиджа организации, продвижению товаров и услуг фирмы на рынок,</li> </ul>
ОПК-3	Обладанием базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью,	Знать: <ul style="list-style-type: none"> <li>• цели, задачи, признаки, классификацию, композицию и жанровые особенности рекламных и PR-текстов</li> <li>• основы российского законодательства,</li> </ul>

	<p>владением навыками литературного редактирования, копирайтинга</p>	<p>регулирующего принципы и подходы литературного редактирования текстов в сфере рекламы и PR</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• технологии работы с контентом (определение цели, задач, смыслов содержания коммуникаций, копирайтинг и пр.)</li> </ul> <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• подбирать оптимальные источники информации для создания рекламных и PR-текстов, определять достоверность данных и грамотно обрабатывать полученные материалы</li> <li>• анализировать жанровые особенности текстов; определять основные структурные элементы рекламного и PR-текста</li> <li>• грамотно декодировать и кодировать ключевые сообщения в рекламных и PR-текстах</li> </ul> <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• практическими навыками написания и редактирования рекламных и PR-текстов различных жанров</li> <li>• приемами управления информацией (вербальные, невербальные, композиционные и т.д.) в рекламном и PR-тексте</li> <li>• технологиями оценки эффективности воздействия рекламных и PR-текстов и соответствии правовым и этическим нормам</li> </ul>
ОПК-4	<p>Умением планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• принципов, методов и инструментария планирования коммуникационной кампании.</li> <li>• определение способа и порядка реализации коммуникационных кампаний и мероприятий</li> <li>• технологий и основных методов оценки целевых и промежуточных результатов проведенных кампаний (в т.ч. рекламных и PR-кампаний).</li> </ul> <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• формулировать изменений, которые произойдут в результате реализации рекламной, PR-кампании, мероприятий.</li> <li>• оценивать качество результатов коммуникационных кампаний и мероприятий.</li> <li>• разрабатывать рекомендации для минимизации рисков аналогичных PR и PR-кампаний, мероприятий.</li> </ul> <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• технологиями разработки коммуникационной/информационной политики, правил и гайдлайнов по работе с медиа, социальными сетями и т.д.</li> <li>• навыками организации взаимодействия со СМИ партнерами GR, IR, InvestorRelations, трансляции в цифровых каналах (соцсети, сайт, Twitter- трансляция и пр.)</li> <li>• навыками планирования у организации коммуникационных кампаний (рекламных, PR-</li> </ul>

		кампаний), мероприятий.
ОПК-5	умением проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• алгоритм осуществления коммуникационных кампаний и мероприятий; специфику</li> </ul> <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• осуществлять разрабатывать планы рекламных мероприятий по одному виду или группе товаров (услуг) и определять затраты на их проведение, составлять медиаплан, а также специальных событий в области связей с общественностью; обеспечивать внутреннюю и внешнюю коммуникации, в том числе с государственными учреждениями, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации; участвовать в формировании и поддержании корпоративной культуры</li> </ul> <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• технологиями создания эффективной коммуникационной инфраструктуры организации; навыками интеграции коммуникационных кампаний и мероприятий в систему управления коммуникационной деятельностью.</li> </ul>
ОПК-6	Способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• некоторые методические подходы к процедурам подготовки и принятия решений на основе информационной и библиографической культуры.</li> <li>• приемы и методы работы с различными информационными технологиями, в том числе и технологии поиска информации онлайн и офлайн.</li> <li>• основные требования информационной безопасности</li> </ul> <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• подбирать адекватные методы работы с большими объемами информации для последующей интерпретации результатов</li> <li>• профессионально представлять и обосновывать результаты работы с открытыми данными: государственных органов; коммерческих структур; отраслевых некоммерческих организаций.</li> <li>• ориентироваться в многозначности различных информационных технологий и учитывать основные требования для принятия решения.</li> </ul> <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• способами решения сформулированных задач с максимальным качественным результатом, минимальными затратами и с учетом основных требований информационной безопасности.</li> <li>• технологиями работы с бесплатными и платными поисковыми сервисами поиска информации и базами данных.</li> <li>• методами научного анализа</li> </ul>

ПК-4	<p>владением навыками подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт)</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• основные понятия проектной документации: технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт.</li> <li>• характеристики и структурные элементы проектной документации при разработке коммуникационной кампаний, проектов.</li> <li>• принципы и методы подготовки проектной документации в процессе профессиональной деятельности.</li> </ul> <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• различать понятия: «технико-экономическое обоснование», «техническое задание», «бизнес-план», «креативный бриф», «соглашение, договор», «контракт» и их специфику в подготовке проектной документации в соответствующих отделах организации, а также подготовке и проведении коммуникационных кампаний.</li> <li>• выделять основные характеристики, структурные элементы проектной документации с учетом специфики профессиональной деятельности в области рекламы и связях с общественностью.</li> <li>• ориентироваться в многозначности подходов, методов подготовки проектной документации и учитывать основные требования при подготовке коммуникационных и PR-проектов.</li> </ul> <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• навыками анализа первоначального понятийного материала, связанного с подготовкой проектной документации.</li> <li>• профессионально представлять «бизнес-план», «техническое задание», «креативный бриф», «контракт», «соглашение, договор», и давать «технико-экономическое обоснование», на основе составления открытых данных</li> <li>• навыками подготовки проектной документации при разработке коммуникационных проектов или кампаний по взаимодействию с федеральными органами государственной власти; органами государственной власти субъектов Российской Федерации, органами местного самоуправления; негосударственными, общественными и некоммерческими организациями, средствами массовой информации.</li> </ul>
ПК-5	<p>способностью реализовывать проекты и владением методами их реализации</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• проектные принципы, качественные характеристики PR-проектов.</li> <li>• основные виды и особенности PR- проектов, фазы жизненного цикла PR-проектов, процесс планирования PR-проектов, процесс реализации PR-</li> </ul>

		<p>проектов.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• проектную методологию и методы реализации PR-проектов.</li> </ul> <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• определять вид и особенность PR-проекта.</li> <li>• выделять среду PR-проектов и организационные структуры PR-проектов.</li> <li>• осваивать проектную методологию и методы реализации PR-проекта.</li> </ul> <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• способами и методами реализации PR-проектов</li> <li>• навыками процесса планирования и реализации PR-проектов</li> <li>• технологиями разработки и реализации типичных PR-проектов, стратегических, PR- программ, социальных PR-программ, международных PR- программ, PR-программ сфере политики, лоббистские проекты, локальные эвент-проекты, информационные и коммуникационные PR-проекты.</li> </ul>
ПК-6	Способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• основные принципы, правил создания эффективной коммуникационной инфраструктуры организации</li> <li>• возможности традиционных и новых каналов коммуникации</li> <li>• различные типы коммуникационного инструментария</li> </ul> <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• определять коммуникационные тактики для выбранной целевой аудитории</li> <li>• поддерживать коммуникации со структурными подразделениями организации.</li> <li>• создавать инфраструктуру для коммуникаций между заказчиками, исполнителями подрядчиками и иными заинтересованными.</li> </ul> <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• навыками выстраивания внутренних коммуникационных систем.</li> <li>• навыками формирования и развития корпоративной культуры организации и её трансляции на всех уровнях</li> <li>• методами и технологиями применения традиционных и новых каналов коммуникаций для создания эффективной инфраструктуры организации</li> </ul>
ПК-7	Способность принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• технологии и типовые модели оценки целевых и промежуточных результатов коммуникационной компании</li> <li>• методы и инструменты тактического планирования коммуникационной кампании, мероприятий.</li> </ul>

	мероприятий	<ul style="list-style-type: none"> <li>• технологии организации мероприятий, целью которых являются коммуникации</li> </ul> <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• определять коммуникационные цели, задачи, основные направления этапов коммуникационной кампании.</li> <li>• определять качественные и количественные итоги коммуникационной кампании</li> <li>• планировать и создавать систему кризисных коммуникаций (разработка гайдпланов, контекста, формирование кризисной команды, оценка кризисных сценариев)</li> </ul> <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• на базовом уровне навыками планирования, подготовки и проведения коммуникационными кампаниями и мероприятиями</li> <li>• технологиями организации коллективной (командной) работы</li> <li>• владение на базовом уровне программами и средствами визуализации данных</li> </ul>
ПК-8	Способностью организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• роль и функции участников технологического процесса выпуска, производства и распространения рекламной продукции (дизайнеров, копирайнеров, специалистов типографии и отделов рекламы в СМИ и т.д.)</li> <li>• этапы, принципы, методы создания рекламного и презентационного продукта, подготовки к печати / публикации / трансляции на ТВ и т.д.</li> <li>• специфику регионального рынка рекламодателей для определения оптимальных каналов передачи рекламной информации целевым аудиториям</li> <li>• принципы художественного оформления, в том числе в печатных и электронных СМИ</li> </ul> <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• анализировать и определять задачи рекламного продукта, определять форматы и виды</li> <li>• презентовать рекламные идеи и аргументировано защищать разработанную креативную концепцию рекламного продукта</li> <li>• организовывать технологический процесс производства рекламного продукта</li> </ul> <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• навыками разработки концепций рекламного обращения и грамотного составления технического задания для создания рекламного продукта сторонними организациями</li> <li>• компетенциями контроля разработки рекламного продукта, оперативного внесения коррективов и правок, согласования финального</li> </ul>



		<p>продукта заинтересованными сторонами</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• методиками тестирования и экспертной оценки рекламного продукта для определения его маркетинговой, коммуникационной, экономической эффективности и соответствии правовым и этическим нормам</li> </ul>
ПК-9	Способностью проводить маркетинговые исследования	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• основные принципы и методов маркетинговых исследований;</li> <li>• основные подходы и методы сбора информации по продвижению услуги или товара в Интернет среде</li> <li>• процесс поиска, сбора и обработки данных для воплощения идеи рекламного и PR обращения</li> </ul> <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• расшифровывать результаты маркетинговых/репутационных, медийных исследований</li> <li>• применять методы исследований макро- и микросреды маркетинга</li> <li>• планировать и проводить изучение уровня удовлетворенности потребителей</li> </ul> <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• навыками маркетинговых исследований в Интернет среде</li> <li>• методами конкурентного анализа в социальных сетях и Интернете.</li> <li>• навыками приемами и методами подготовки аналитического отчета по результатам организации и проведения, маркетинговых исследований рекламной и PR кампаниях.</li> </ul>
ПК-10	способностью организовывать и проводить социологические исследования	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• основные виды качественных и количественных, социологических исследований;</li> <li>• результаты актуальных исследований в области междисциплинарных исследований, определяющих рекламную и PR-деятельность;</li> <li>• принципы и методологию организации и проведения социологические исследований</li> </ul> <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• использовать основные принципы обработки больших массивов информации</li> <li>• ориентироваться в основных методах и технологиях анализа информационного поля;</li> <li>• применять новую информацию, полученную в результате социологического исследования на практике;</li> </ul> <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• навыками организации и проведения социологических исследований с различными целевыми группами;</li> <li>• методами качественного и количественного</li> </ul>

		<p>анализа публичной информации, (включая анализ информационного поля)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• приемами и методами подготовки аналитического отчета по результатам организации и проведения, социологических исследований в том числе при планировании и организации рекламной и PR кампаниях.</li> </ul>
ПК-11	способностью владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• правила составления аналитических справок, обзоров и прогнозов;</li> <li>• основные принципы и методов написания аналитических справок, обзоров и прогнозов;</li> <li>• процесс поиска, сбора и обработки данных для написания аналитических справок, обзоров и прогнозов.</li> </ul> <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• выделять основные характеристики и структуры аналитических справок, обзоров и прогнозов.</li> <li>• Применять основные принципы и методы составления аналитических справок, обзоров и прогнозов;</li> <li>• осуществлять процесс поиска, сбора и обработки данных при написании экспертных отчетов, аналитических справок, обзоров и прогнозов.</li> </ul> <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• навыками применения принципов и методов написания аналитических справок, обзоров и прогнозов;</li> <li>• навыками составления и оформления материалов для экспертных заключений и отчетов.</li> <li>• навыками приемами и методами подготовки и написанию аналитических справок, обзоров и прогнозов.</li> </ul>

При оценке компетенций, сформированных у студентов в результате освоения образовательной программы, государственная экзаменационная комиссия по итогам защиты ВКР принимает решение об оценке обучающихся с использованием следующей шкалы оценивания: «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

Для каждой компетенции выделено 9 критериев оценивания, приведенных в таблице 1.

Компетенция студента оценивается «отлично», если компетенция сформирована полностью (соответствие 3 критериев для общепрофессиональных, 5 критериев для профессиональных компетенций).

Оценка компетенции «хорошо» выставляется студенту, если компетенция сформирована с незначительными недочетами (соответствие 2 критериев для общепрофессиональных, 4 критериев для профессиональных компетенций).

Оценка компетенции «удовлетворительно» выставляется студенту, если компетенция сформирована частично (соответствие 1 критериев для общепрофессиональных, 3 критериев для профессиональных компетенций).

Оценка компетенции «неудовлетворительно» выставляется студенту, если компетенция не сформирована (соответствие менее чем 1 критерием для

общефессиональных, 2 критерием для профессиональных компетенций). Шкала оценивания компетенций приведена в таблице 2.

По результатам оценки всех компетенций, сформированных у студента, его итоговая оценка усредняется с учетом методических материалов, определяющих процедуры оценивания результатов освоения образовательной программы, приведенных в п. 3.3.

Таблица 2. Шкала оценивания компетенций

Код	Компетенция	Оценка			
		Отлично	Хорошо	Удовлетворительно	Неудовлетворительно
ОК-1	способностью использовать основы философских знаний для формирования мировоззренческой позиции	Компетенция сформирована полностью (4 критериев)	Компетенция сформирована незначительным и недочетами (3 критериев)	Компетенция сформирована частично (2 критериев)	Компетенция сформирована частично (1 критерий)
ОК-2	способностью анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции	Компетенция сформирована полностью (4 критериев)	Компетенция сформирована незначительным и недочетами (3 критериев)	Компетенция сформирована частично (2 критериев)	Компетенция сформирована частично (1 критерий)
ОК-3	способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности	Компетенция сформирована полностью (4 критериев)	Компетенция сформирована незначительным и недочетами (3 критериев)	Компетенция сформирована частично (2 критериев)	Компетенция сформирована частично (1 критерий)
ОК-4	способностью использовать основы правовых знаний в различных сферах жизнедеятельности	Компетенция сформирована полностью (4 критериев)	Компетенция сформирована незначительным и недочетами (3 критериев)	Компетенция сформирована частично (2 критериев)	Компетенция сформирована частично (1 критерий)

ОК-5	способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия	Компетенция сформирована полностью (4 критериев)	Компетенция сформирована незначительным и недочетами (3 критериев)	Компетенция сформирована частично (2 критериев)	Компетенция сформирована частично (1 критерий)
ОК-6	способность работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия	Компетенция сформирована полностью (4 критериев)	Компетенция сформирована незначительным и недочетами (3 критериев)	Компетенция сформирована частично (2 критериев)	Компетенция сформирована частично (1 критерий)
ОК-7	способностью к самоорганизации и самообразованию	Компетенция сформирована полностью (4 критериев)	Компетенция сформирована незначительным и недочетами (3 критериев)	Компетенция сформирована частично (2 критериев)	Компетенция сформирована частично (1 критерий)
ОК-8	способностью использовать методы и средств физической культуры для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности	Компетенция сформирована полностью (4 критериев)	Компетенция сформирована незначительным и недочетами (3 критериев)	Компетенция сформирована частично (2 критериев)	Компетенция сформирована частично (1 критерий)
ОК-9	готовностью пользоваться основными методами защиты производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных	Компетенция сформирована полностью (4 критериев)	Компетенция сформирована незначительным и недочетами (3 критериев)	Компетенция сформирована частично (2 критериев)	Компетенция сформирована частично (1 критерий)

	бедствий				
ОПК-1	способностью осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах	Компетенция сформирована полностью (5 критериев)	Компетенция сформирована незначительным и недочетами (4 критерия)	Компетенция сформирована частично (3 критерия)	Компетенция сформирована частично (2 критерия)
ОПК-2	владением знаниями и навыками работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью	Компетенция сформирована полностью (5 критериев)	Компетенция сформирована незначительным и недочетами (4 критерия)	Компетенция сформирована частично (3 критерия)	Компетенция сформирована частично (2 критерия)
ОПК-3	Обладанием базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга	Компетенция сформирована полностью (5 критериев)	Компетенция сформирована незначительным и недочетами (4 критерия)	Компетенция сформирована частично (3 критерия)	Компетенция сформирована частично (2 критерия)
ОПК-4	Умением планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия	Компетенция сформирована полностью (5 критериев)	Компетенция сформирована незначительным и недочетами (4 критерия)	Компетенция сформирована частично (3 критерия)	Компетенция сформирована частично (2 критерия)
ОПК-5	умением проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия	Компетенция сформирована полностью (5 критериев)	Компетенция сформирована незначительным и недочетами (4 критерия)	Компетенция сформирована частично (3 критерия)	Компетенция сформирована частично (2 критерия)
ОПК-6	Способность решать стандартные задачи	Компетенция сформирована полностью (5 критериев)	Компетенция сформирована незначительным и недочетами	Компетенция сформирована частично	Компетенция сформирована частично

	<p>профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности</p>		(4 критерия)	(3 критерия)	(2 критерия)
ПК-4	<p>владением навыками подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт)</p>	<p>Компетенция сформирована полностью (5 критериев)</p>	<p>Компетенция сформирована незначительным и недочетами (4 критерия)</p>	<p>Компетенция сформирована частично (3 критерия)</p>	<p>Компетенция сформирована частично (2 критерия)</p>
ПК-5	<p>способностью реализовывать проекты и владением методами их реализации</p>	<p>Компетенция сформирована полностью (5 критериев)</p>	<p>Компетенция сформирована незначительным и недочетами (4 критерия)</p>	<p>Компетенция сформирована частично (3 критерия)</p>	<p>Компетенция сформирована частично (2 критерия)</p>
ПК-6	<p>Способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации</p>	<p>Компетенция сформирована полностью (5 критериев)</p>	<p>Компетенция сформирована незначительным и недочетами (4 критерия)</p>	<p>Компетенция сформирована частично (3 критерия)</p>	<p>Компетенция сформирована частично (2 критерия)</p>
ПК-7	<p>Способность принимать</p>	<p>Компетенция сформирована</p>	<p>Компетенция сформирована</p>	<p>Компетенция сформирована</p>	<p>Компетенция сформирована</p>

	участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий	а полностью (5 критериев)	незначительным и недочетами (4 критерия)	а частично (3 критерия)	а частично (2 критерия)
ПК-8	Способностью организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы	Компетенция сформирована полностью (5 критериев)	Компетенция сформирована незначительным и недочетами (4 критерия)	Компетенция сформирована частично (3 критерия)	Компетенция сформирована частично (2 критерия)
ПК-9	Способностью проводить маркетинговые исследования	Компетенция сформирована полностью (8 критериев)	Компетенция сформирована незначительным и недочетами (6 критериев)	Компетенция сформирована частично (3 критерия)	Компетенция сформирована частично (2 критерия)
ПК-10	способностью организовывать и проводить социологические исследования	Компетенция сформирована полностью (8 критериев)	Компетенция сформирована незначительным и недочетами (6 критериев)	Компетенция сформирована частично (3 критерия)	Компетенция сформирована частично (2 критерия)
ПК-11	способностью владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов	Компетенция сформирована полностью (8 критериев)	Компетенция сформирована незначительным и недочетами (6 критериев)	Компетенция сформирована частично (3 критерия)	Компетенция сформирована частично (2 критерия)

### **6.3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов представленных выпускных квалификационных работ**

1. Нормативно-правовое обеспечение, рассматриваемой проблемы;
2. Новизна и актуальность представленных выпускных квалификационных работ;
3. Освещение области исследований по избранной теме в тесной взаимосвязи с практическим применением;
4. Использование материалов сравнительного анализа Российских, зарубежных и региональных (СМИ, сайтов, и т.д.);

5. Разработка рекомендаций, показать перспективы и задачи дальнейшего исследования;
6. Вопросы дальнейшего внедрения результатов исследования в практику
7. Четкость структуры работы;
8. Степень обоснованности теоретической главы;
9. Глубина теоретического и практического осмысления решаемых творческих профессиональных задач в области рекламы и связей с общественностью;
10. Умение выпускника представить свою работу и защищать ее, аргументировано отвечая на вопросы членов комиссии;
11. Оценка презентации: логичность, аналитичность, обоснованность выводов, практическая ценность, соответствие нормам, стандартам, технологическим требованиям;
12. Результаты проверки оригинальности текста выпускной квалификационной работы в системе «Антиплагиат».

#### **4.4. Методические материалы, определяющие процедуру оценивания результатов представленных выпускных квалификационных работ**

Процедуры оценивания результатов освоения ОПОП ВО по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» (профиль «Реклама и связи с общественностью в системе государственного и муниципального управления)

Оценка «отлично» выставляется за выпускную квалификационную работу, которая носит исследовательский характер, имеет грамотно изложенную теоретическую часть, в ней представлено глубокое освещение области исследований по избранной теме в тесной взаимосвязи с практическим применением. ВКР выполнена в соответствии с целевой установкой, отвечает предъявляемым требованиям и оформлена в соответствии со стандартом. Автор продемонстрировал умение работать с литературой и нормативными документами, проводить научные исследования, делать теоретические и практические выводы. Работа имеет положительные отзывы научного руководителя. Выступление на защите структурировано, раскрыты причины выбора и актуальность темы, цель и задачи работы, предмет, объект и хронологические рамки исследования, логика выведения каждого наиболее значимого вывода; в заключительной части доклада показаны перспективы и задачи дальнейшего исследования данной темы, освещены вопросы дальнейшего применения и внедрения результатов исследования в практику. Длительность выступления соответствует регламенту. При защите ВКР студент-выпускник показывает глубокое знание вопросов темы, свободно оперирует данными исследования, вносит обоснованные предложения, а во время доклада использует наглядные пособия (таблицы, схемы, графики, раздаточный материал и т. п.) легко отвечает на поставленные вопросы. По результатам проверки в системе «Антиплагиат» оригинальный текст выпускной квалификационной работы составляет 80 - 95 %.

Оценка «хорошо» выставляется за выпускную квалификационную работу, которая носит исследовательский характер, имеет грамотно изложенную теоретическую часть, в ней представлены достаточно подробный анализ исследуемой области, предложения практического применения, критический разбор практической деятельности, последовательное изложение материала с соответствующими выводами, однако с не вполне обоснованными предложениями. ВКР выполнена в соответствии с целевой установкой, отвечает предъявляемым требованиям и оформлена в соответствии с требованиями, предъявляемыми к ней. Она имеет положительный отзыв научного руководителя. Выступление на защите структурировано, допускаются одна-две неточности при раскрытии причин выбора и актуальности темы, целей и задач работы, предмета, объекта и хронологических рамок исследования, допускается погрешность в логике выведения одного из наиболее значимых выводов, которая устраняется в ходе дополнительных уточняющих вопросов; в заключительной части недостаточно отражены



перспективы и задачи дальнейшего исследования данной темы, вопросы дальнейшего применения и внедрения результатов исследования в практику. Длительность выступления соответствует регламенту. При защите ВКР студент-выпускник показывает хорошее знание вопросов темы, оперирует данными исследования, вносит предложения по теме исследования, во время доклада использует наглядные пособия (таблицы, схемы, графики и т. п.) или раздаточный материал, без особых затруднений отвечает на поставленные вопросы, но не на все из них дает исчерпывающие и аргументированные ответы. По результатам проверки в системе «Антиплагиат» оригинальный текст выпускной квалификационной работы составляет 70 - 80 %.

Оценка «удовлетворительно» выставляется за выпускную квалификационную работу, которая носит исследовательский характер, имеет теоретическую главу, базируется на практическом материале, но имеет поверхностный анализ и недостаточно критический разбор, в ней просматривается непоследовательность изложения материала, представлены необоснованные предложения. ВКР выполнена в соответствии с целевой установкой, но не в полной мере отвечает предъявляемым требованиям, в т. ч. по оформлению в соответствии со стандартом. В отзывах имеются замечания по содержанию работы и методике исследования. Выступление на защите структурировано, допускаются неточности при раскрытии причин выбора и актуальности темы, целей и задач работы, предмета, объекта и хронологических рамок исследования, допущена грубая погрешность в логике выведения одного из наиболее значимых выводов, которая при указании на нее, устраняется с трудом; в заключительной части недостаточно отражены перспективы и задачи дальнейшего исследования данной темы, вопросы дальнейшего применения и внедрения результатов исследования в практику. При защите ВКР студент-выпускник проявляет неуверенность, показывает слабое знание вопросов темы, допускает существенные недочеты, не всегда дает исчерпывающие аргументированные ответы на заданные вопросы. По результатам проверки в системе «Антиплагиат» оригинальный текст выпускной квалификационной работы составляет 60 - 70 %.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется за выпускную квалификационную работу, которая не носит исследовательского характера, не имеет анализа, не отвечает требованиям, изложенным в методических указаниях кафедры. ВКР выполнена с нарушением целевой установки, не отвечает предъявляемым требованиям, в оформлении имеются отступления от стандарта. В работе нет выводов либо они носят декларативный характер. В отзывах научного руководителя и рецензента имеются серьезные критические замечания. Выступление на защите не структурировано, недостаточно раскрываются причины выбора и актуальность темы, цели и задачи работы, предмет, объект и хронологические рамки исследования, допускаются грубые погрешности в логике выведения нескольких из наиболее значимых выводов, которые, при указании на них, не устраняются; в заключительной части не отражаются перспективы и задачи дальнейшего исследования данной тем. При защите работы студент-выпускник затрудняется отвечать на поставленные вопросы по ее теме, не знает теории вопроса, при ответе допускает существенные ошибки. К защите не подготовлены наглядные пособия или раздаточный материал. При определении оценки принимается во внимание уровень теоретической и практической подготовки студентов, самостоятельность суждения о полученных результатах, качество оформления работы и ход ее защиты. По результатам проверки в системе «Антиплагиат» оригинальный текст выпускной квалификационной работы составляет менее 60 %.

## **5. Перечень информационных технологий и программного обеспечения, используемых для проведения государственной итоговой аттестации обучающихся**

В процессе выполнения ВКР обучающиеся должны использовать современные информационные технологии на базе персональных компьютеров с операционными

системами Microsoft Windows, AppleMacOS X, Linux с установленным прикладным программным обеспечением. Оформление текста ВКР осуществляется в текстовых процессорах MicrosoftWord, OpenOffice.org Writer, AppleiWorkPages, либо других аналогах.

Проектная часть как правило выполняется с помощью пакетов трехмерного проектирования Autodesk 3dsMax, AutodeskMaya и др., BIM-систем AutodeskRevit, GraphisoftArchiCADи др., систем автоматизированного проектирования (САПР) AutodeskAutoCAD и др. с необходимыми расширениями, в зависимости от требований проекта. Оформление иллюстраций и графического материала выполняется с помощью векторных графических редакторов CorelDRAW и др., растровых графических редакторов AdobePhotoshop и др.

Персональные компьютеры должны иметь выход в сеть Интернет для удаленной работы с научными источниками информации, с сайтом ТОГУ. Для дистанционной работы с научной литературой обучающиеся должны быть обеспечены доступом к электронно-библиотечным системам: IPRbooks, Znanium, Университетская библиотека online и т. д., а такжек электронной библиотеке ТОГУ. Изучение нормативно-правовых актов должно осуществляться с использованием справочно-информационных систем.

## **6. Материально-техническая база, необходимая для проведения итоговой государственной аттестации обучающихся**

Для проведения государственной итоговой аттестации необходима материально-техническая база, соответствующая действующим санитарным и противопожарным нормам, а также требованиям техники безопасности. Для проведения ГИА, в связи со спецификой направления 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», необходимо помещение, с возможностью размещения экспозиции графического материала 4х2, либо 5х2кв.м. Помимо этого, для возможности проведения дополнительных электронных презентаций необходимы мультимедийный проектор и акустическая система с возможностью подключения переносных персональных компьютеров, проекционный экран. Также должна быть обеспечена возможность подключения к сети интернет посредством Wi-Fiсоединений, либо структурированной кабельной системы.

Защита осуществляется в учебной и лекционной аудитории 301/4, в которой расположено оборудование для размещения экспозиции графического материала, мультимедийный проектор, проекционный экран.

Сроки проведения ГИА: с 25 мая по 5 июля (6 недель) 9 ЗЕТ.