

Документ подписан про...
Информация о в...
ФИО: Кандрашина Елена Александровна
Должность: Врио ректора ФГАОУ ВО «Самарский государственный экономический университет»
Дата подписания: 28.08.2023 14:27:10
Уникальный программный ключ:
b2fd765521f4c570b8c6e8e502a10b4f1de8ae0d

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«Самарский государственный экономический университет»

Институт коммерции, маркетинга и сервиса

Кафедра коммерции, сервиса и туризма

УТВЕРЖДЕНО

Ученым советом Университета
(протокол № 11 от «30» мая 2023 г.)

ПРОГРАММА
ГОСУДАРСТВЕННОЙ ИТОГОВОЙ АТТЕСТАЦИИ

Наименование направления подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Образовательная программа: Диджитал реклама, связи с общественностью и медиа-коммуникации

Квалификация (степень) выпускника бакалавр

ОГЛАВЛЕНИЕ

Общие положения

- 1. Выпускная квалификационная работа**
- 2. Требования к ВКР**
- 3. Обязанности и ответственность руководителя ВКР**
- 4. Порядок рецензирования**
- 5. Допуск к защите ВКР**
- 6. Защита ВКР**
- 7. Фонд оценочных средств**
- 8. Процедура апелляции по результатам государственных итоговых аттестационных испытаний**
- 9. Материально-техническое и учебно-методическое обеспечение государственной итоговой аттестации**

Государственная итоговая аттестация (ГИА) обучающихся по направлению 42.03.01. «Реклама и связи с общественностью» программе «Диджитал реклама, связи с общественностью и медиа-коммуникации» проводится в форме защиты выпускной квалификационной работы, включая подготовку к процедуре защиты и процедуру защиты выпускной квалификационной работы (ВКР).

Уровень образования - бакалавриат.

Объем ГИА в соответствии с требованиями ФГОС учебного плана составляет б з.е.

1. Выпускная квалификационная работа

1.1. Порядок согласования и утверждения тем выпускной квалификационной работы

Для направлений подготовки бакалавриата - ВКР выполняется в форме выпускной квалификационной работы (Положение о порядке проведения государственной итоговой аттестации по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета и программам магистратуры в ФГАОУ ВО «СГЭУ», (утв. Приказом и.о. ректора № 275-ОВ от 28.04.2023 г.).

Важное значение для выполнения выпускной квалификационной работы имеет правильный выбор темы. Как правило, она должна совпадать с темой научно-исследовательской работы, выполняемой бакалавром в период обучения, есть является её продолжением и углублением. Также, бакалавры могут выбрать тему выпускной квалификационной работы самостоятельно, руководствуясь потребностями предприятий и организаций, интересом к проблеме, личными предпочтениями, практическим опытом.

Темы выпускных квалификационных работ и руководители утверждаются приказом ректора ФГАОУ ВО СГЭУ.

Выбор темы выпускной квалификационной работы бакалавр обязан завершить до начала производственной практики (преддипломной). Если бакалавр не выполнил это требование, заведующий назначает ему тему работы по собственному усмотрению.

Студент должен руководствоваться примерным перечнем тем выпускных работ, однако он может предложить собственную тему, если она соответствует направлению и профилю подготовки, по которому он обучался, и обосновать целесообразность ее выбора.

Выбрав тему необходимо согласовать ее с научным руководителем и написать заявление на имя заведующего кафедрой.

После издания приказа об утверждении тем выпускных квалификационных работ и руководителей каждому студенту выдается задание на выпускную квалификационную работу.

Изменение темы ВКР возможно не позднее, чем за два месяца, а уточнение темы не позднее, чем за месяц до предполагаемой даты защиты на основании личного заявления студента, согласованного с руководителем на имя заведующего кафедрой.

1.2 Примерный перечень тем ВКР

1. Реклама и PR-отдел в системе менеджмента организации.
- 2 Анализ конкурентов и оценка конкурентоспособности агентства в области связей с общественностью.
- 3 Коммуникационная программа по продвижению имиджа и бренда компании.
- 4 Коммуникационная программа по формированию внутрикорпоративной культуры предприятия.
- 5 Маркетинговое обеспечение конкурентоспособности агентств в области связей с общественностью.
- 6 Маркетинговые исследования в сфере услуг и некоммерческих организаций.
- 7 Международные маркетинговые исследования как инструмент повышения внешнеэкономической деятельности предприятия.
- 8 Менеджмент новостей: схемы управления массовым сознанием с помощью СМИ.
- 9 Методика коммуникационного взаимодействия в проведении рекламной кампании.

- 10 Оптимизация внутриорганизационной коммуникации (на примере конкретной организации).
- 11 Основные принципы организации информационной деятельности в органах государственной власти.
- 12 Особенности взаимодействия пресс-служб со средствами массовой информации.
- 13 Особенности организации информационных служб в органах государственного управления и бизнес-сфере: сравнительный анализ.
- 14 Особенности разработки и реализации кампаний в сфере связей с общественностью для организаций.
- 15 Особенности функционирования пресс-служб в структуре PR.
- 16 Политический консалтинг в системе общественных связей и информационно-коммуникационных процессов.
- 17 Сегментация как основа для формирования маркетинговой информационной системы
- 18 Служба связей с общественностью как технология коммуникационного обеспечения деятельности организации.
- 19 Технологии рекламно-информационного воздействия при проведении рекламных кампаний.
- 20 Формирование имиджа объекта PR-средствами (на примере конкретной организации).
- 21 Интернет PR как инструмент управления корпоративной культурой коммерческой организации
- 22 Интернет-маркетинг как средство продвижения товаров и услуг.
- 23 Выставка как инструмент PR.
- 24 Формирование имиджа фирмы средствами PR
- 25 Формирования имиджа руководителя коммерческой организации средствами PR.
- 26 PR- технологии защиты репутации коммерческой организации.
- 27 Корпоративный сайт как инструмент формирования корпоративной культуры.
- 28 Арома-маркетинг как инструмент PR.
- 29 Специфика работы PR-менеджмента со СМИ в условиях кризиса.
- 30 Праздники как инструмент развития внутрикорпоративной коммуникации.
- 31 Кризисный менеджмент и принципы коммуникации в экстремальных условиях
- 32 Понятие и основные характеристики корпоративного имиджа коммерческой организации (на примере конкретной организации)
- 33 Корпоративный имидж и технологии его формирования средствами PR.
- 34 PR- технологии управления кризисом в коммерческой организации.
- 35 Интернет - технологии в связях с общественностью.
- 36 Пресс-служба как элемент управления деятельностью компании (организации).
- 37 Специфика рекламы и PR в сфере туризма
- 38 Использование PR-технологий в антикризисном менеджменте.
- 39 Спонсорство как ведение PR-деятельности крупной корпорации.
- 40 Формирование имиджа высших учебных заведений средствами PR.
- 41 Корпоративные коммуникации в организационном развитии.
- 42 Создание информационного повода как PR-технология
- 43 Манипулятивные технологии в системе массовых коммуникаций
- 44 Блог как инструмент PR-деятельности компании.
- 45 PR-технологии в сфере искусства.
- 46 Мифотехнологии в рекламе и PR.
- 47 Технологии формирования и продвижения имиджа региона
- 48 Анализ конкурентов и оценка конкурентоспособности агентства в области связей с общественностью.
- 49 Планирование рекламной кампании фирмы.
- 50 Разработка бренда товара (услуги, фирмы).
- 51 Разработка медиаплана рекламной кампании
- 52 Планирование BTL мероприятий.
- 53 Определение параметров целевых аудиторий рекламы
- 54 Разработка и внедрение комплекса интегрированных маркетинговых коммуникаций в организации.

- 55 Оценка эффективности комплекса маркетинговых коммуникаций организации
- 56 Разработка системы управления маркетинговыми коммуникациями организации
- 57 Проектирование рекламы и осуществление рекламных мероприятий в организации.
- 58 Разработка рекламной кампании.
- 59 Производство рекламной продукции для организации.
- 60 Разработка плана маркетинговых мероприятий.
- 61 Выбор или разработка средств рекламы товаров для продвижения их на рынке.
- 62 Разработка системы франчайзинга для организации.
- 63 Анализ и продвижение портфеля брендов организации.
- 64 Разработка и применение методов ведения деловых переговоров, заключения договоров на производство рекламной продукции..
- 65 Разработка и реализация стратегии маркетинговых коммуникаций организации.
- 66 Управление брендом в организации.
- 67 Развитие мерчандайзинга в организации.
- 68 Организация, проведение маркетинговых исследований для целей маркетинговых коммуникаций и оценка их эффективности.
- 69 Проектирование, изготовление и размещение наружной рекламы организации.
- 70 Проектирование, изготовление и распространение полиграфической продукции организации.

2. Требования к ВКР

2.1. Объем выпускной квалификационной работы.

В соответствии с Распоряжением № 23-Р от 10.03.2016г. рекомендуемый объем выпускных квалификационных работ (ВКР) по образовательным программам: бакалавриата – 60 стр. Отклонение объема ВКР допускается в пределах 10%.

2.2. Структура ВКР

Титульный лист

Содержание

Введение

Основная часть (главы, разбитые на параграфы)

Заключение

Список использованных источников и литературы

Приложения (при наличии)

Титульный лист является первой страницей выпускной квалификационной работы. Пример оформления титульного листа приведен в ПРИЛОЖЕНИИ А (бакалавриат), ПРИЛОЖЕНИИ Б (специалитет), ПРИЛОЖЕНИИ В (магистратура).

Содержание размещают после титульного листа. Содержание включает в себя введение, наименование всех глав и параграфов, заключение, список использованных источников и литературы, приложения. Приложения не нумеруют. Пример оформления содержания приведен в ПРИЛОЖЕНИИ Г.

Во введении должно быть описано: актуальность темы ВКР, цели и задачи исследования, методология, предмет и объект исследования, информационная (нормативно-правовая, эмпирическая) база исследования, теоретическая и практическая значимость исследования.

Основная часть включает главы: две и более.

Заключение должно содержать выводы по всем главам ВКР; содержать решение задач исследования, определенных во введении.

Список использованных источников и литературы должен содержать 30-40 источников. При этом не менее 80% со сроком издания не более 5-х лет до даты защиты ВКР; не мене 2-х источников на иностранном языке.

Приложения включают таблицы, схемы, графики большого формата. В тексте основной части должны быть ссылки на материалы, размещенные в Приложениях.

2.3 Требования к оформлению ВКР

Выпускная квалификационная работа выполняется в редакторе Word.

Поля: сверху – 20 мм; снизу – 20 мм; справа – 15 мм; слева – 30 мм;

- шрифт – Times New Roman, кегль (размер шрифта) – 14;

- абзацный отступ - 1,25 см;

- междустрочный интервал – 1,5;

- автоматическое выравнивание текста по ширине, автоматический перенос по словам;

- в таблицах размер шрифта может быть уменьшен до 12, интервал 1,0.

Наименования структурных элементов ВКР служат заголовками.

Заголовки следует располагать в середине строки, без точки в конце и печатать прописными буквами, не подчеркивая.

Пример:

ГЛАВА 1 НАЗВАНИЕ ПЕРВОЙ ГЛАВЫ

1.1 Название первого параграфа первой главы

1.2 Название второго параграфа первой главы

ГЛАВА 2 НАЗВАНИЕ ВТОРОЙ ГЛАВЫ (с новой страницы)

2.1 Название первого параграфа второй главы

Нумерация страниц ВКР ведется **арабскими цифрами**, соблюдая сквозную нумерацию по всему тексту ВКР. Номер страницы проставляют **в центре верхней части листа без точки**. Титульный лист и содержание включают в общую нумерацию страниц в ВКР, но номер страницы на них не проставляют. **Введение - это 3 страница ВКР.**

Главы, параграфы внутри главы, пункты и подпункты нумеруют арабскими цифрами и записывают с абзацного отступа. Главы должны иметь порядковую нумерацию в пределах всего текста.

Каждая глава размещается с новой страницы, параграфы разделяются одной пустой строкой. Номер параграфа включает номер главы и порядковый номер параграфа, разделенные точкой.

Таблицы применяют для лучшей наглядности и удобства сравнения показателей. Название таблицы должно содержать наименование и номер, отражать ее содержание, быть точным, кратким. Название размещают над таблицей слева, без абзацного отступа в одну строку с номером через тире. Таблицы, за исключением таблиц приложений, следует нумеровать арабскими цифрами сквозной нумерацией. Номер таблицы состоит из двух цифр, разделенных точкой: первая цифра - номер главы; вторая цифра – номер таблицы в данной главе. Таблицу следует располагать непосредственно после текста, в котором она упоминается впервые, или на следующей странице. Заголовки столбцов и строк таблицы следует писать с прописной буквы в единственном числе. В конце заголовков и подзаголовков точки не ставят. Границы таблицы (внутренние и внешние) обозначают одинарными линиями.

На все таблицы должны быть ссылки. При ссылке следует писать слово «Таблица» с указанием ее номера. Таблицу с большим числом строк допускается переносить на другую страницу. При переносе части таблицы на другую страницу пишут слова «Продолжение таблицы» и указывают номер таблицы.

Рисунки – это любые иллюстрации (графики, схемы, фотографии, диаграммы, формы документов и т.п.).

В ВКР рисунки следует располагать непосредственно после абзаца, в котором они упоминаются впервые, или на следующей странице, если размеры не позволяют разместить рисунок после текста. Большие рисунки могут быть вынесены отдельно в приложение. Номер рисунка состоит из двух цифр, разделенных точкой: первая цифра - номер главы, вторая цифра – порядковый номер рисунка в данной главе. Номер и название рисунка пишутся под рисунком, выравниваются по центру, без абзацного отступа, без точки в конце названия.

Пример:



Рисунок 1.1 – Название рисунка

При ссылке на рисунок в скобках указывается его порядковый номер, а слово «рисунок» пишется сокращённо, например: (рис.1.1). При повторной ссылке добавляется сокращённое слово «смотри», например: (см. рис. 1.1).

Сноски на использованную литературу и источники по тексту проставляют автоматически в редакторе Word с использованием вкладки Ссылки. Для нумерации используются арабские цифры, нумерация сносок начитается с цифры 1.

Допускается использование в работе ссылок на использованные источники, приведенные в разделе «Список использованных источников и литературы». Их следует указывать порядковым номером из этого списка, номер заключают в квадратные скобки. Нумерация ссылок ведется арабскими цифрами в порядке приведения ссылок в тексте ВКР.

Пример:

Текст выпускной квалификационной работы [1]

1. Первый в списке использованных источников и литературы

Требования к оформлению сносок (ссылок) на использованные источники:

http://lib.sseu.ru/sites/default/files/2017/01/primery_oformleniya_ssylok_v_dissertacii_gost_r_7.0.5-2008_bibliogr.ssyłka_1.pdf.

Заключение должно содержать:

- выводы по всем главам работы;

- содержать предложения по решению задач исследования, поставленных во введении.

Выводы должны представлять собой краткий результат теоретического осмысления и критической оценки исследуемой проблемы. Они должны отражать как положительные, так и отрицательные моменты.

Предложения и рекомендации должны быть увязаны с выводами и направлены на улучшение функционирования исследуемого объекта. При разработке предложений и рекомендаций следует обращать внимание на их обоснованность, реальность и практическую приемлемость (возможность внедрения).

Объем заключения 3-5 страниц.

Список использованных источников и литературы представляет собой перечень учебных, научных, нормативных, справочных и статистических источников, использованных в ходе выполнения работы.

Требования к оформлению списка использованной литературы:

http://lib.sseu.ru/sites/default/files/2017/01/primery_bib.opisaniy_k_diss._po_gost_7.1-2003._bib._zap._i_gost_r_7.0.11-2011_diss.pdf

Список должен:

- соответствовать теме работы;

- содержать в себе не менее 30-40 наименований, в числе которых не менее 80% - издания последних пяти лет;

- не мене 2-х источников на иностранном языке.

В списке рекомендуется выделять разделы:

– **Нормативно-правовые акты**

– **Книги и статьи**

– **Авторефераты и диссертации**

– **Материалы юридической практики (для юристов)**

– **Литература на иностранных языках**

– **Иные источники информации**

Разделы являются заголовками, пишутся с прописной буквы и выделяются жирным шрифтом без подчеркивания. Выравнивание слева, абзацный отступ - 1,25 см.

Нормативно-правовые акты в списке располагаются по юридической силе:

Международные акты

Конституция России

Федеральные конституционные законы
Текущие законы, в том числе кодифицированные законы
Законы субъектов Федерации, в том числе Законы Самарской области
Указы Президента России
Постановления Правительства России
Нормативные акты федеральных министерств, агентств, служб и т.д., нормативные акты Центрального Банка Российской Федерации
Нормативные акты глав субъектов федерации
Нормативные акты органов исполнительной власти субъектов федерации
Нормативные акты органов местного самоуправления

Перечень нормативных актов должен включать все использованные в работе и необходимые для полного и всестороннего правового анализа вопросов темы исследования акты. Акты равной юридической силы должны быть указаны в списке по дате принятия – новейшие акты вверху списка. Кроме этого, допускается среди актов равной юридической силы указать в верхней части списка акты, наиболее важные для ВКР. Нормативно-правовые акты, утратившие силу, приводят в конце списка с обязательной отметкой – утратил силу. Либо их можно выделить в отдельный подраздел.

Книги и статьи. Рекомендуется использовать алфавитный способ формирования списка. При этом способе описание источников располагают в алфавите фамилий авторов или заглавий (если книга под редакцией). В конце списка приводятся описания источников на иностранных языках, располагая их в латинском алфавите.

Электронные ресурсы обозначают – [Электронный ресурс]. Электронный адрес и дату обращения к документу приводят всегда.

Пример:

Заголовок. Основное заглавие [Электронный ресурс]: сведения, относящиеся к заглавию / сведения об ответственности. – Место создания (изготовления): изготовитель, дата изготовления. – Специфическое обозначение материала и объем. – Примечание (системные требования, ограничение доступности, дата обращения к документу).

1. **Миргородская, Т. В.**

Аудит [Текст] : учеб. пособие. - УМО, 4-е изд. перераб. и доп. - М. : КНОРУС, 2016. - 312 с. ; 60x90/16. - (Бакалавриат и магистратура). - Библиогр.: с. 271 - 274. - ISBN 978-5-406-02669-4: 370 р.

У 053.9(2)я7 - М 63

2. **Хахонова, Н. Н.**

Аудит [Текст] : учебник / И. Н. Богатая. - УМО. - М. : КНОРУС, 2016. - 720 с. ; 60x90/16. - Библиогр. : с. 482 - 486. - ISBN 978-5-406-05232-7: 452 р. 51к.

У 053я7 - Х 27

Иные источники информации:

В этом разделе группируются данные официальных веб-сайтов организаций, органов государственного и муниципального управления, базы данных, финансовая информация, патенты и другие источники, не вошедшие в другие разделы списка.

Приложения оформляют как продолжение ВКР на последующих его листах, без нумерации страниц. В тексте ВКР на все приложения должны быть даны ссылки. Приложения располагают в порядке ссылок на них в тексте ВКР. Каждое приложение следует начинать с новой страницы с указанием справа сверху страницы слова «ПРИЛОЖЕНИЕ», его обозначения. Приложения нумеруют заглавными буквами русского алфавита, начиная с А, за исключением букв Й, Ч, Ъ, Ы, Ь. После слова «Приложение» следует буква, обозначающая его последовательность.

Пример:

ПРИЛОЖЕНИЕ К

На последней странице текста выпускной квалификационной работы, после списка использованных источников и литературы перед приложениями должен быть лист с надписью Приложения

3. Обязанности и ответственность руководителя ВКР

Для подготовки ВКР за обучающимся приказом ректора закрепляется руководитель ВКР из числа работников СГ'ЭУ и при необходимости консультант (консультанты).

В обязанности руководителя ВКР входит:

- руководство и помощь в постановке задач исследования, выявлении исследовательских и практических проблем, поиске подходов к их решению;
- систематический контроль по соблюдению сроков графика выполнения ВКР;
- принятие организационных решений в случае нарушения графика выполнения работы;
- проверка выполненной и оформленной работы на предмет ее соответствия требованиям к ВКР и к оформлению документации;
- проверка ВКР на предмет заимствования в установленные сроки;
- написание отзыва о работе обучающегося в период подготовки ВКР.

На первом этапе подготовки ВКР руководитель рассматривает и корректирует план работы и дает рекомендации по списку литературы.

В ходе выполнения работы руководитель может указать студенту на замеченные им в работе ошибки, на недостатки стиля, аргументации и т.д. и рекомендовать, как их лучше устранить. Но в его обязанности не входит исправление ошибок и недостатков работы.

Разработку поставленных проблем студент осуществляет самостоятельно.

Рекомендации руководителя студент может учитывать или отклонять по своему усмотрению, т.к. теоретически и методологически правильная разработка и освещение темы, а также качество содержания и оформления ВКР целиком и полностью лежат на ответственности студента.

Но студент обязан своевременно получить задание на ВКР, в соответствии с графиком информировать о ходе выполнения ВКР, консультироваться по вызывающим затруднения вопросам, в установленные сроки представить выполненную и оформленную работу для решения вопроса о допуске к защите.

После представления на кафедру выполненной и оформленной выпускной квалификационной работы руководитель проверяет работу на объем заимствования, подписывает работу, и составляет отзыв, в котором всесторонне характеризует качество работы, отмечает ее достоинства и недостатки, обращая внимание на имеющиеся отмеченные ранее недостатки, не устраненные студентом, мотивирует возможность или нецелесообразность представления работы в ГЭК.

Основное внимание в отзыве руководитель уделяет способности студента, опираясь на полученные углубленные знания, умения и сформированные компетенции, самостоятельно решать на современном уровне задачи своей профессиональной деятельности, профессионально излагать специальную информацию, научно аргументировать и защищать свою точку зрения.

Рекомендуемая структура отзыва:

- актуальность темы;
- краткая характеристика достоинств и недостатков работы;
- глубина исследования;
- практическая значимость работы;
- достоинства (недостатки) студента при выполнении ВКР (самостоятельность, ответственность, организованность, трудолюбие), способность самостоятельно решать задачи своей профессиональной деятельности, научно аргументировать и защищать свою точку зрения;
- оценка работы по 4-х балльной системе (отлично, хорошо, удовлетворительно, неудовлетворительно);
- допуск к защите в ГЭК.

Руководитель имеет право не допускать до защиты обучающегося, выпускная квалификационная работа которого не соответствует требованиям в части содержания, оформления и объема заимствования.

Не менее чем за 5 календарных дней до защиты ВКР руководитель обеспечивает ознакомление обучающегося с отзывом.

4. Порядок рецензирования

ВКР по программам бакалавриата не подлежат рецензированию.

5. Допуск к защите ВКР

5.1. Проверка ВКР на объем заимствования

Тексты ВКР проверяются на объем заимствования в соответствии с «Положением о порядке проведения проверки выпускных квалификационных работ, научных докладов об основных резуль-

татах подготовленной научно-квалификационной работы (диссертации), диссертаций и иных учебных и научных работ на наличие заимствований в федеральном государственном бюджетном образовательном учреждении высшего образования «Самарский государственный экономический университет», утвержденным ректором СГЭУ (приказ ректора № 27-ОВ от 31 января 2020г.).

5.2 Минимальное нормативное значение оригинального текста ВКР - 65%.

5.3 Сроки и порядок предоставления работы на кафедру

После завершения подготовки студентом ВКР руководитель ВКР дает письменный отзыв. Кафедра обеспечивает ознакомление обучающегося с отзывом не позднее чем за 5 календарных дней до дня защиты ВКР. ВКР, отзыв передаются в ГЭК не позднее чем за 2 календарных дня до защиты ВКР.

6. Защита ВКР

Защита ВКР проводится в соответствии с п. 4 Положения о порядке проведения государственной итоговой аттестации по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета и программам магистратуры в ФГАОУ ВО «СГЭУ», (утв. Приказом и.о. ректора № 275-ОВ от 28.04.2023 г.).

Защита выпускной квалификационной работы проводится в сроки, установленные календарным графиком по соответствующему направлению.

Перед началом заседания ГЭК секретарь комиссии проверяет оснащение аудитории необходимыми техническими средствами.

Обучающийся, на защите которого присутствуют руководитель и (или) рецензент (при защите ВКР специалистов и магистров), по согласованию с председателем комиссии приглашается к защите с учетом пожеланий очередности руководителя (и рецензента). При необходимости этот порядок может быть изменен по решению председателя ГЭК.

Перед выступлением обучающегося по поручению председателя государственной экзаменационной комиссии секретарь комиссии оглашает отзыв руководителя (и рецензию - при защите ВКР специалистов и магистров). В том случае, если на защите присутствуют руководитель и/или рецензент, свой отзыв (рецензию) они вправе огласить самостоятельно.

Продолжительность выступления обучающегося должна составлять не более 10 минут. Председатель ГЭК вправе прервать обучающегося, вышедшего за пределы временных ограничений.

При необходимости обучающийся в процессе выступления может использовать технические средства, схемы, таблицы, раздаточный, иллюстрационный и презентационный материал.

После выступления обучающегося, члены ГЭК вправе задать ему уточняющие и дополнительные вопросы. После ответа обучающегося на уточняющие и дополнительные вопросы, ему предоставляется возможность ответить на указанные в отзыве и / или рецензии руководителя и (или) рецензента замечания (при наличии).

После окончания процедуры защиты ВКР всех обучающихся ГЭК в присутствии секретаря проводит закрытое обсуждение с целью определения результатов защиты. В это время обучающиеся и иные лица не вправе находиться в аудитории, где проводится обсуждение результатов.

В случае расхождения мнений членов комиссии спорные вопросы решаются голосованием, при этом председатель ГЭК обладает правом решающего голоса.

После окончания обсуждения и выставления оценок председатель ГЭК оглашает результаты защиты ВКР обучающимся. Оглашение результатов защиты ВКР, производится в день защиты ВКР непосредственно после ее завершения, обсуждения результатов и выставления оценок.

В процессе оглашения результатов защиты ВКР председатель ГЭК вправе отметить обучающихся, показавших наиболее высокий уровень знаний, и назвать обучающихся, чьи ответы имели существенные недостатки.

7. Фонд оценочных средств

В результате успешного освоения бакалаврской программы у выпускника-бакалавра должны быть сформированы следующие компетенции:

Универсальные компетенции (УК):

УК-1 - Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач.

	УК-1.1 Знать	УК-1.2 Уметь	УК-1.3 Владеть
Пороговый	Принципы и методы поиска, анализа и синтеза информации.	Применять принципы и методы поиска, анализа и синтеза информации; Грамотно, логично, аргументированно формировать собственные суждения и оценки.	Практическими навыками поиска, анализа и синтеза информации.
Стандартный (в дополнение к пороговому)	Принципы и методы системного подхода.	Отличать факты от мнений, интерпретаций, оценок и т.д. в рассуждениях других участников деятельности; применять принципы и методы системного подхода для решения поставленных задач	Практическими навыками выбора оптимальных способов решения задач, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений.
Повышенный (в дополнение к пороговому и стандартному)	Принципы и методы поиска, анализа и синтеза информации. Принципы и методы системного подхода.	Применять принципы и методы поиска, анализа и синтеза информации; Грамотно, логично, аргументированно формировать собственные суждения и оценки. Отличать факты от мнений, интерпретаций, оценок и т.д. в рассуждениях других участников деятельности; применять принципы и методы системного подхода для решения поставленных задач	Практическими навыками поиска, анализа и синтеза информации. Практическими навыками выбора оптимальных способов решения задач, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений.

УК-2 - Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений.

	УК-2.1 Знать	УК-2.2 Уметь	УК-2.3 Владеть
Пороговый	Принципы и методы декомпозиции задач, действующие правовые нормы.	Определять круг задач в рамках поставленной цели, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений.	Практическими навыками определения круга задач в рамках поставленной цели, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений.
Стандартный (в дополнение к пороговому)	Принципы и методы анализа имеющихся ресурсов и ограничений.	Выбирать оптимальные способы решения задач, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений.	Практическими навыками выбора оптимальных способов решения задач, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений.

Повышенный (в дополнение к пороговому и стандартному)	<p>Принципы и методы декомпозиции задач, действующие правовые нормы.</p> <p>Принципы и методы анализа имеющихся ресурсов и ограничений.</p>	<p>Определять круг задач в рамках поставленной цели, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений.</p> <p>Выбирать оптимальные способы решения задач, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений.</p>	<p>Практическими навыками определения круга задач в рамках поставленной цели, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений.</p> <p>Практическими навыками выбора оптимальных способов решения задач, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений.</p>
-------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

УК-3 - Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде.

	УК-3.1 Знать	УК-3.2 Уметь	УК-3.3 Владеть
Пороговый	Особенности поведения выделенных групп людей, с которыми работает /взаимодействует, учитывает их в своей деятельности.	Предвидеть результаты (последствия) личных действий.	Способностью планировать последовательность шагов для достижения заданного результата.
Стандартный (в дополнение к пороговому)	Методы социального взаимодействия.	Применять принципы социального взаимодействия.	Практическими навыками социального взаимодействия.
Повышенный (в дополнение к пороговому и стандартному)	<p>Особенности поведения выделенных групп людей, с которыми работает /взаимодействует, учитывает их в своей деятельности.</p> <p>Методы социального взаимодействия.</p>	<p>Предвидеть результаты (последствия) личных действий.</p> <p>Применять принципы социального взаимодействия.</p>	<p>Способностью планировать последовательность шагов для достижения заданного результата.</p> <p>Практическими навыками социального взаимодействия.</p>

УК-4 - Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах).

	УК-4.1 Знать	УК-4.2 Уметь	УК-4.3 Владеть
Пороговый	Стиль делового общения, вербальные и невербальные средства взаимодействия с партнерами.	Строить деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации.	Практическими навыками деловой коммуникации в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации.

Стандартный (в дополнение к пороговому)	Принципы деловой коммуникации в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации.	Использовать информационно-коммуникационные технологии при поиске необходимой информации в процессе решения стандартных коммуникативных задач на государственном и иностранном (-ых) языках.	Демонстрирует умение выполнять перевод профессиональных текстов с иностранного (-ых) на государственный язык и обратно.
Повышенный (в дополнение к пороговому и стандартному)	Стиль делового общения, вербальные и невербальные средства взаимодействия с партнерами. Принципы деловой коммуникации в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации.	Строить деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации. Использовать информационно-коммуникационные технологии при поиске необходимой информации в процессе решения стандартных коммуникативных задач на государственном и иностранном (-ых) языках.	Практическими навыками деловой коммуникации в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации. Демонстрирует умение выполнять перевод профессиональных текстов с иностранного (-ых) на государственный язык и обратно.

УК-5 - Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах.

	УК-5.1 Знать	УК-5.2 Уметь	УК-5.3 Владеть
Пороговый	Закономерности, основные события и особенности истории России с древнейших времен до наших дней в контексте европейской и всемирной истории; историю становления и развития государственности.	Выявлять закономерности исторического развития России в контексте всемирной истории, определять особенности основных этапов эволюции государственности.	Навыками анализа особенностей исторического развития России в контексте всемирной истории.
Стандартный (в дополнение к пороговому)	Культурные особенности и традиции различных социальных групп.	Давать оценку культурно-историческим ценностям России; систематизировать механизмы социально-экономического и политического развития России в контексте всемирно-исторического процесса.	Способностью обобщать особенности эволюции процессов государственного развития.
Повышенный (в дополнение к пороговому и стандартному)	Закономерности, основные события и особенности истории России с древней-	Выявлять закономерности исторического развития России в контексте всемирной истории,	Навыками анализа особенностей исторического развития России в контексте всемирной ис-

	<p>ших времен до наших дней в контексте европейской и всемирной истории; историю становления и развития государственности.</p> <p>Культурные особенности и традиции различных социальных групп.</p>	<p>определять особенности основных этапов эволюции государственности.</p> <p>Давать оценку культурно-историческим ценностям России; систематизировать механизмы социально-экономического и политического развития России в контексте всемирно-исторического процесса.</p>	<p>тории.</p> <p>Способностью обобщать особенности эволюции процессов государственного развития.</p>
--	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------

УК-6 - Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни.

	УК-6.1 Знать	УК-6.2 Уметь	УК-6.3 Владеть
Пороговый	Виды ресурсов (личностных, ситуативных, временных и т.д.) и их пределы, необходимые для успешного выполнения порученной работы; принципы и методы саморазвития и самообразования.	Выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни.	Способностью реализации намеченных целей деятельности с учетом условий, средств, личностных возможностей, этапов карьерного роста, временной перспективы развития деятельности и требований рынка труда.
Стандартный (в дополнение к пороговому)	Принципы и методы управления временем.	Оптимально управлять своим временем для саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни.	Навыками приобретения новых знаний и навыков; оптимального управления своим временем для саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни.
Повышенный (в дополнение к пороговому и стандартному)	<p>Виды ресурсов (личностных, ситуативных, временных и т.д.) и их пределы, необходимые для успешного выполнения порученной работы; принципы и методы саморазвития и самообразования.</p> <p>Принципы и методы управления временем.</p>	<p>Выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни.</p> <p>Оптимально управлять своим временем для саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни.</p>	<p>Способностью реализации намеченных целей деятельности с учетом условий, средств, личностных возможностей, этапов карьерного роста, временной перспективы развития деятельности и требований рынка труда.</p> <p>Навыками приобретения новых знаний и навыков; оптимального управления своим временем для саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни.</p>

УК-7 - Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности.

	УК-7.1 Знать	УК-7.2 Уметь	УК-7.3 Владеть
Пороговый	Эффективно применять различные формы самостоятельных занятий.	Технологией планирования и контроля физкультурно-спортивной деятельности.	Технологией планирования и контроля физкультурно-спортивной деятельности.
Стандартный (в дополнение к пороговому)	Основы планирования и контроля физкультурно-спортивной деятельности.	Эффективно применять различные формы самостоятельных занятий и спортивной тренировки с целью укрепления здоровья, физического самосовершенствования и достижения должного уровня физической подготовленности и поддержания высокого уровня профессиональной работоспособности.	Профессионально-прикладными видами спорта; дополнительными средствами повышения общей и профессиональной работоспособности.
Повышенный (в дополнение к пороговому и стандартному)	Эффективно применять различные формы самостоятельных занятий. Основы планирования и контроля физкультурно-спортивной деятельности.	Технологией планирования и контроля физкультурно-спортивной деятельности. Эффективно применять различные формы самостоятельных занятий и спортивной тренировки с целью укрепления здоровья, физического самосовершенствования и достижения должного уровня физической подготовленности и поддержания высокого уровня профессиональной работоспособности.	Технологией планирования и контроля физкультурно-спортивной деятельности. Профессионально-прикладными видами спорта; дополнительными средствами повышения общей и профессиональной работоспособности.

УК-8 - Способен создавать и поддерживать в повседневной жизни и в профессиональной деятельности безопасные условия жизнедеятельности для сохранения природной среды, обеспечения устойчивого развития общества, в том числе при угрозе и возникновении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов.

	УК-8.1 Знать	УК-8.2 Уметь	УК-8.3 Владеть
Пороговый	Создавать и поддерживать безопасные условия жизнедеятельности.	Практическими навыками создания и поддержки безопасных условий жизнедеятельности.	Практическими навыками создания и поддержки безопасных условий жизнедеятельности.

Стандартный (в дополнение к пороговому)	Классификацию чрезвычайных ситуаций; действия при авариях, катастрофах и стихийных бедствиях; назначение, подготовку и правила пользования индивидуальными средствами защиты при современных средствах поражения.	Оказать первую помощь при кровотечении, ожогах, ранении и травмах; пользоваться, находящимися в индивидуальной аптечке, предметами и средствами по их прямому назначению.	Способностью участвовать в спасательных и неотложных аварийно-восстановительных мероприятиях в случае возникновения чрезвычайных ситуаций.
Повышенный (в дополнение к пороговому и стандартному)	Создавать и поддерживать безопасные условия жизнедеятельности. Классификацию чрезвычайных ситуаций; действия при авариях, катастрофах и стихийных бедствиях; назначение, подготовку и правила пользования индивидуальными средствами защиты при современных средствах поражения.	Практическими навыками создания и поддержки безопасных условий жизнедеятельности. Оказать первую помощь при кровотечении, ожогах, ранении и травмах; пользоваться, находящимися в индивидуальной аптечке, предметами и средствами по их прямому назначению.	Практическими навыками создания и поддержки безопасных условий жизнедеятельности. Способностью участвовать в спасательных и неотложных аварийно-восстановительных мероприятиях в случае возникновения чрезвычайных ситуаций.

УК-9. Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности

	УК-9.1 Знать	УК-9.2 Уметь	УК-9.3 Владеть
Пороговый	базовые дефектологические понятия	использовать полученные дефектологические знания	методами получения дефектологических знаний
Стандартный (в дополнение к пороговому)	подходы к их применению в социальной жизнедеятельности общества	использовать полученные дефектологические знания в социальной сфере	методами их использования в социальной сфере
Повышенный (в дополнение к пороговому и стандартному)	подходы к их применению в профессиональных сферах жизнедеятельности общества	использовать полученные дефектологические знания в профессиональных сферах жизнедеятельности общества	методами их использования в профессиональной сфере жизнедеятельности общества

УК-10. Способен формировать нетерпимое отношение к проявлениям экстремизма, терроризма, коррупционному поведению и противодействовать им в профессиональной деятельности

	УК-10.1 Знать	УК-10.2 Уметь	УК-10.3 Владеть
Пороговый	действующие правовые нормы	проводить мероприятия, обеспечивающие формирование гражданской позиции и предотвращение коррупции в обществе	правилами общественного взаимодействия на основе нетерпимого отношения к коррупции
Стандартный (в дополнение к пороговому)	действующие правовые нормы, обеспечивающие борьбу с коррупцией в различных	организовывать обеспечивающие формирование гражданской позиции и предотвращение корруп-	методами формирования нетерпимого отношения к коррупции

	областях жизнедеятельности	ции в обществе	
Повышенный (в дополнение к пороговому и стандартному)	способы профилактики коррупции и формирования нетерпимого отношения к ней	планировать мероприятия, обеспечивающие формирование гражданской позиции и предотвращение коррупции в обществе	методами формирования правил общественного взаимодействия на основе нетерпимого отношения к коррупции всех членов общества

Общепрофессиональные компетенции (ОПК):

ОПК-1 - Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и(или) медиапродукты, и/или коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского или иностранного языков, особенностями иных знаковых систем.

	ОПК-1.1 Знать	ОПК-1.2 Уметь	ОПК-1.3 Владеть
Пороговый	Правила и нормы русского языков, используемую терминологию в рекламной деятельности.	Создавать медиатексты и медиапродукты.	Знаниями в области создания коммуникационного воздействия на потребителя.
Стандартный (в дополнение к пороговому)	Нормы русского и иностранного языков, особенности иных знаковых систем, необходимых для создания рекламных продуктов.	Разрабатывать рекламные сообщения с учетом особенностей русского и иностранных языков.	Навыками создания медиатекстов, медиапродуктов, а также коммуникационных продуктов, таких как рекламные сообщения.
Повышенный (в дополнение к пороговому и стандартному)	Правила и нормы русского языков, используемую терминологию в рекламной деятельности. Нормы русского и иностранного языков, особенности иных знаковых систем, необходимых для создания рекламных продуктов.	Создавать медиатексты и медиапродукты. Разрабатывать рекламные сообщения с учетом особенностей русского и иностранных языков.	Знаниями в области создания коммуникационного воздействия на потребителя. Навыками создания медиатекстов, медиапродуктов, а также коммуникационных продуктов, таких как рекламные сообщения.

ОПК-2 - Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах.

	ОПК-2.1 Знать	ОПК-2.2 Уметь	ОПК-2.3 Владеть
Пороговый	Существующие тенденции развития общества.	Прогнозировать развитие общественных и государственных институтов.	Навыками демонстрации и всестороннего освещения проблематики общественных и государственных структур.
Стандартный (в дополнение к пороговому)	Основные направления развития общественных и государственных институтов.	Выделять актуальные вопросы и проблемы в развитии общества.	Подходами к созданию и распространению медиапродукта с учетом существующих проблем общества.

Повышенный (в дополнение к пороговому и стандартному)	Существующие тенденции развития общества. Основные направления развития общественных и государственных институтов.	Прогнозировать развитие общественных и государственных институтов. Выделять актуальные вопросы и проблемы в развитии общества.	Навыками демонстрации и всестороннего освещения проблематики общественных и государственных структур. Подходами к созданию и распространению медиапродукта с учетом существующих проблем общества.
----------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

ОПК-3 - Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и(или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов.

	ОПК-3.1 Знать	ОПК-3.2 Уметь	ОПК-3.3 Владеть
Пороговый	Тенденции развития отечественной и мировой культуры.	Определять перспективные достижения отечественной и мировой культуры, необходимые к популяризации.	Методами создания медиапродуктов и медиатекстов.
Стандартный (в дополнение к пороговому)	Актуальные достижения мировой и отечественной культуры.	Использовать полученные знания в создании медиапродуктов.	Теоретическими и практическими знаниями в области использования рекламируемых продуктов.
Повышенный (в дополнение к пороговому и стандартному)	Тенденции развития отечественной и мировой культуры. Актуальные достижения мировой и отечественной культуры.	Определять перспективные достижения отечественной и мировой культуры, необходимые к популяризации. Использовать полученные знания в создании медиапродуктов.	Методами создания медиапродуктов и медиатекстов. Теоретическими и практическими знаниями в области использования рекламируемых продуктов.

ОПК-4 - Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности.

	ОПК-4.1 Знать	ОПК-4.2 Уметь	ОПК-4.3 Владеть
Пороговый	Существующие запросы и потребности общества.	Формулировать грамотный ответ на запросы различных групп общественности.	Технологиями формирования общественного мнения.
Стандартный (в дополнение к пороговому)	Основные потребности отдельных членов общества.	Определять тенденции развития общественного мнения и определять факторы, влияющие на формирование запросов.	Методами управления потребительским спросом посредством рекламы и специальных мероприятий.
Повышенный (в дополнение к пороговому и стандартному)	Существующие запросы и потребности общества. Основные потребности отдельных членов общества.	Формулировать грамотный ответ на запросы различных групп общественности. Определять тенденции развития общественного мнения и определять факторы, влияющие на формирование запросов.	Технологиями формирования общественного мнения. Методами управления потребительским спросом посредством рекламы и специальных мероприятий.

ОПК-5 - Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования.

	ОПК-5.1 Знать	ОПК-5.2 Уметь	ОПК-5.3 Владеть
Пороговый	Законодательство Российской Федерации о предоставлении рекламных услуг.	Применять нормативные акты и правовую документацию в сфере рекламы.	Навыками поиска информации в основных правовых системах.
Стандартный (в дополнение к пороговому)	Тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира.	Использовать правовые и этические нормы регулирования профессиональной деятельности.	Знаниями о политических и экономических механизмах регулирования предпринимательской среды.
Повышенный (в дополнение к пороговому и стандартному)	Законодательство Российской Федерации о предоставлении рекламных услуг. Тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира.	Применять нормативные акты и правовую документацию в сфере рекламы. Использовать правовые и этические нормы регулирования профессиональной деятельности.	Навыками поиска информации в основных правовых системах. Знаниями о политических и экономических механизмах регулирования предпринимательской среды.

ОПК-6 - Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности.

	ОПК-6.1 Знать	ОПК-6.2 Уметь	ОПК-6.3 Владеть
Пороговый	Технологические инновации и современное программное обеспечение в рекламной деятельности.	Использовать инновационные технологии в информационном обеспечении и организации в рекламой деятельности.	Теоретическими и практическими навыками интеллектуальных технологий в сфере рекламы.
Стандартный (в дополнение к пороговому)	Основные программные продукты в сфере рекламы.	Использовать компьютерные программы в рекламной деятельности с учетом отечественного и зарубежного опыта.	Осуществлять поиск и внедрение технологических новаций и современных программных продуктов в профессиональную рекламную деятельность.
Повышенный (в дополнение к пороговому и стандартному)	Технологические инновации и современное программное обеспечение в рекламной деятельности. Основные программные продукты в сфере рекламы.	Использовать инновационные технологии в информационном обеспечении и организации в рекламой деятельности. Использовать компьютерные программы в рекламной деятельности с учетом отечественного и зарубежного опыта.	Теоретическими и практическими навыками интеллектуальных технологий в сфере рекламы. Осуществлять поиск и внедрение технологических новаций и современных программных продуктов в профессиональную рекламную деятельность.

ОПК-7 - Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности.

	ОПК-7.1 Знать	ОПК-7.2 Уметь	ОПК-7.3 Владеть
Пороговый	Возможные последствия от рекламного воздействия на аудиторию.	Управлять собственными ресурсами с учетом возникающих эффектов от профессиональной деятельности.	Навыками устранения нежелательных последствий от своей профессиональной деятельности.
Стандартный (в дополнение к пороговому)	Возможные эффекты от осуществления своей профессиональной деятельности.	Предвидеть нежелательные последствия от своей профессиональной деятельности.	Принципами социальной ответственности бизнеса.
Повышенный (в дополнение к пороговому и стандартному)	Возможные последствия от рекламного воздействия на аудиторию. Возможные эффекты от осуществления своей профессиональной деятельности.	Управлять собственными ресурсами с учетом возникающих эффектов от профессиональной деятельности. Предвидеть нежелательные последствия от своей профессиональной деятельности.	Навыками устранения нежелательных последствий от своей профессиональной деятельности. Принципами социальной ответственности бизнеса.

Профессиональные компетенции (ПК):

ПК-1 - Способен разрабатывать и реализовать стратегии продвижения веб-сайтов, интерактивных приложений, информационных ресурсов, товаров и услуг в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет".

Планируемые результаты обучения по программе	Планируемые результаты обучения по дисциплине		
	ПК-1.1.Знать	ПК-1.2.Уметь	ПК-1.3.Владеть (иметь навыки)
Пороговый	Закономерности и основные направления деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью.	Разрабатывать и реализовывать коммуникационные проекты по рекламе и связям с общественностью.	Навыками коммуникационного взаимодействия между организацией и ее целевой аудиторией.
Стандартный (в дополнение к пороговому)	Особенности планирования и организации коммуникационной стратегии компании.	Разрабатывать внутренние коммуникации по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры.	Технологиями формирования коммуникационной политики компании, направленной на внутреннюю и внешнюю аудиторию.

Повышенный (в дополнение к пороговому и стандартному)	Закономерности формирования корпоративной культуры корпоративной идентичности.	Разрабатывать внутренне коммуникации и мероприятия, направленные на корпоративную культуру идентичность.	Навыками по формированию корпоративной идентичности.
-------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------

ПК-2 - Способен планировать и подготавливать коммуникационные кампании и мероприятия.

Планируемые результаты обучения по программе	Планируемые результаты обучения по дисциплине		
	ПК-2.1.Знать	ПК-2.2.Уметь	ПК-2.3.Владеть (иметь навыки)
Пороговый	Особенности и преимущества отдельных маркетинговых инструментов.	Планировать производство и реализовывать коммуникационные продукты.	Методами продвижения компании и ее продукта на рынок.
Стандартный (в дополнение к пороговому)	Методы маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта.	Осуществлять мониторинг обратной связи с разными целевыми группами.	Методами реализации коммуникационного продукта, ориентированного на разные целевые группы.
Повышенный (в дополнение к пороговому и стандартному)	Особенности взаимодействия с разными целевыми группами.	Организовать обратную связь с разными целевыми аудиториями.	Методами формирования единой базы по взаимодействию с целевыми группами.

ПК-3 - Способен реализовывать стратегии продвижения товаров и услуг.

Планируемые результаты обучения по программе	Планируемые результаты обучения по дисциплине		
	ПК-2.1.Знать	ПК-2.2.Уметь	ПК-2.3.Владеть (иметь навыки)
Пороговый	Методы изучения внутреннего и внешнего рынка, его потенциала и тенденций развития.	Давать рекомендации по совершенствованию инструментов комплекса маркетинга.	Технологиями формирования комплекса продвижения товаров и услуг.
Стандартный (в дополнение к пороговому)	Особенности конъюнктуры внутреннего и внешнего рынка товаров и услуг.	Работать со специализированными программами по управлению маркетинговыми инструментами продвижения и инструментами прогнозирования.	Методами прогнозирования результатов использования инструментов продвижения.
Повышенный (в дополнение к пороговому и стандартному)	Методы изучения внутреннего и внешнего рынка, его потенциала и тенденций развития. Особенности конъюнктуры внутреннего и внешнего рынка то-	Давать рекомендации по совершенствованию инструментов комплекса маркетинга. Работать со специализированными программами по управлению маркетинговыми ин-	Технологиями формирования комплекса продвижения товаров и услуг. Методами прогнозирования результатов использования инструментов продвижения.

	варов и услуг.	струментами продвижения и инструментами прогнозирования.	
--	----------------	----------------------------------------------------------	--

ПК-4 - Способен организовывать работу рекламных служб и служб по связям с общественностью.

Планируемые результаты обучения по программе	Планируемые результаты обучения по дисциплине		
	ПК-4.1 Знать	ПК-4.2 Уметь	ПК-4.3 Владеть (иметь навыки)
Пороговый	теоретико- методологические и методические основы проектирования коммуникационной кампании	использовать данные эмпирических исследований, методы стратегического и тактического планирования в процессе проектирования коммуникационных кампаний	проектной деятельности в коммуникационной сфере
Стандартный (в дополнение к пороговому)	специфику этапов проектирования коммуникационной кампании	разрабатывать и реализовывать рекламные и PR-кампании и мероприятия	навыками разработки рекламных и PR-продукции в соответствии с требованиями и учетом этнических особенностей, традиций и культур
Повышенный (в дополнение к пороговому и стандартному)	основные требования к разработке коммуникационных продуктов	организовать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной и PR-продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы с учетом этнических особенностей, традиций и культур	навыками разработки и оценки эффективности рекламных и PR-кампаний

ПК-5 - Способен формулировать предложения по совершенствованию стратегии продвижения товаров и услуг

Планируемые результаты обучения по программе	Планируемые результаты обучения по дисциплине		
	ПК-5.1.Знать	ПК-5.2.Уметь	ПК-5.3.Владеть (иметь навыки)
Пороговый	каналы продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"	выбирать каналы продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"	методами выбора каналов продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"
Стандартный (в дополнение к пороговому)	показатели эффективности продвижения продукции	принимать конкретные решения для разработки показателей эффективности продвижения	подходами к разработке показателей эффективности продвижения
Повышенный (в дополнение к пороговому и стандартному)	знать способы и методы оценки эффективности распределения ресурсов организации и стратегии продвижения	распределять работы и выделять ресурсы по реализации стратегии продвижения	способами распределять работы и выделять ресурсы по реализации стратегии продвижения

**Методические материалы, определяющие процедуру оценивания
результатов сдачи государственного экзамена**

Цель подготовки и защиты выпускной квалификационной работы состоит в том, чтобы показать уровень подготовки выпускника, профессиональное владение им теорией и практикой менеджмента в соответствии с профильной направленностью образовательной программы, умение самостоятельно с использованием стандартных методик проводить сбор, систематизацию и обработку информации, необходимой для решения конкретных задач управления в организации, и делать выводы на основании анализа полученных данных.

Критерии оценки:

Оценка	Содержание ВКР	Процедура защиты
Отлично	Работа свидетельствует о наличии фундаментальных теоретических и практических знаний выпускника, содержит элементы научного исследования: анализировать литературу, анализировать фактический материал, проводить элементарные исследования по отбору, обработке и систематизации материала. Оформление работы соответствует требованиям, предъявляемым к ВКР	При защите выпускник показывает знание темы, оперирует данными материалов исследования. Во время доклада представлена презентация, наглядные пособия, раздаточный материал, свободно отвечает на поставленные комиссией вопросы.
Хорошо	Работа свидетельствует о наличии знаний по соответствующему направлению подготовки; представляет собой законченную разработку по заявленной теме; свидетельствует об умении автора работать с литературой, содержит элементы исследования. Присутствуют незначительные замечания по оформлению работы	При защите выпускник показывает глубокое знание вопросов темы, свободно оперирует материалами работы. Во время доклада представлена презентация, наглядные пособия (таблицы, схемы, графики и т.п.) или раздаточный материал. Без особых затруднений отвечает на поставленные вопросы.
Удовлетворительно	Работа имеет теоретическую и практическую части, однако при обзоре литературы не освещены различные точки зрения по разрабатываемой теме, не сформулировано авторское отношение к ним, не обоснована авторская позиция; характеристика результатов исследования не обоснована; заключение не содержит конкретные выводы из проведенной работы и предложения по их реализации.	При защите студент-выпускник проявляет неуверенность, показывает слабое знание проблемы, не всегда дает исчерпывающие ответы на вопросы членов комиссии. Во время доклада представлена презентация, не представлена раздаточный материал и наглядные пособия.
Неудовлетворительно	Работа структурирована, имеет все составляющие, однако во введении не обоснована актуальность, нет анализа изучаемой проблемы на предприятии, в работе нет выводов. В отзыве научного руководителя имеются критические замечания. Оформление работы не соответствует требованиям, предъявляемым к ВКР	При защите выпускной квалификационной работы студент-выпускник затрудняется отвечать на поставленные вопросы по разрабатываемой теме. Не представлены презентация, раздаточный материал, наглядные пособия.

8. Процедура апелляции по результатам государственных итоговых аттестационных испытаний

Процедура апелляции устанавливается в соответствии с Положением о порядке проведения государственной итоговой аттестации по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета и программам магистратуры в ФГАОУ ВО «СГЭУ», (утв. Приказом и.о. ректора № 275-ОВ от 28.04.2023 г.).

9. Материально-техническое и учебно-методическое обеспечение государственной итоговой аттестации

9.1 Литература:

9.1.1. Основная литература

1. Литвина, Т. В. Дизайн новых медиа : учебник для вузов / Т. В. Литвина. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 181 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-10964-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/515503>

2. Федотова, Л. Н. Реклама: теория и практика : учебник для вузов / Л. Н. Федотова. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 391 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-8299-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/511272>

3. Емельянов, С. М. Теория и практика связей с общественностью : учебное пособие для вузов / С. М. Емельянов. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 197 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08991-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/514357>

4. Малькевич, А. А. Организация и проведение кампаний в сфере связей с общественностью : учебное пособие для вузов / А. А. Малькевич. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 109 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-09415-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/515470>

5. Поляков, В. А. Разработка и технологии производства рекламного продукта : учебник и практикум для вузов / В. А. Поляков, А. А. Романов. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 502 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-05261-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/510974>

6. Синяева, И. М. Реклама и связи с общественностью : учебник для вузов / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, Д. А. Жильцов. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 552 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14843-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/510610>

9.1.2. Дополнительная литература

1. Графический дизайн. Современные концепции : учебное пособие для вузов / Е. Э. Павловская [и др.] ; ответственный редактор Е. Э. Павловская. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 119 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11169-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/515527>

2. Цифровые технологии в дизайне. История, теория, практика : учебник и практикум для вузов / А. Н. Лаврентьев [и др.] ; под редакцией А. Н. Лаврентьева. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 208 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-07962-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/515504>

3. Коноваленко, В. А. Реклама и связи с общественностью: введение в специальность : учебник / В. А. Коноваленко, М. Ю. Коноваленко, Н. Г. Швед. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 384 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14728-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/510926>

4. Синяева, И. М. Реклама и связи с общественностью : учебник для вузов / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, Д. А. Жильцов. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 552 с. — (Высшее образова-

ние). — ISBN 978-5-534-14843-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/510610>

5. Связи с общественностью как социальная инженерия : учебник для вузов / В. А. Ачкасова [и др.] ; под редакцией В. А. Ачкасовой, Л. В. Володиной. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 351 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08767-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/514234>

6. Жильцова, О. Н. Связи с общественностью : учебное пособие для вузов / О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 337 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-9890-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/511939>

7. Морозова, Н. С. Реклама в социально-культурном сервисе и туризме : учебник для вузов / Н. С. Морозова, М. А. Морозов. — 6-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 192 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-10941-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/515319>

8. Селезнева, Л. В. Подготовка рекламного и PR-текста : учебное пособие для вузов / Л. В. Селезнева. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 159 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-04084-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/492732>

9.2. Перечень лицензионного программного обеспечения

1. Microsoft Windows 10 Education / Microsoft Windows 7 / Windows Vista Business
2. Microsoft Office 2016 Professional Plus (Word, Excel, Access, PowerPoint, Outlook, OneNote, Publisher) / Microsoft Office 2007 (Word, Excel, Access, PowerPoint)

9.3 Современные профессиональные базы данных, к которым обеспечивается доступ обучающихся

1. Профессиональная база данных «Информационные системы Министерства экономического развития Российской Федерации в сети Интернет» (Портал «Официальная Россия» - <http://www.gov.ru/>)

2. Профессиональная база данных «Финансово-экономические показатели Российской Федерации» (Официальный сайт Министерства финансов РФ - <https://www.minfin.ru/>)

3. Профессиональная база данных «Официальная статистика» (Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики - <http://www.gks.ru/>)

4. Базы данных информационного портала Restko.ru (Информационные системы рынка рекламы, маркетинга, PR – Базы рынка рекламы [Электронный ресурс]. URL: <https://www.restko.ru/>)

5. Электронно-библиотечная система IPRbooks [Электронный ресурс]. URL: <http://www.iprbookshop.ru/>

9.4. Информационно-справочные системы, к которым обеспечивается доступ обучающихся

1. справочно-правовая система «Консультант Плюс»
2. справочно-правовая система «ГАРАНТ-Максимум»

9.5. Специальные помещения

Наименование специального помещения	Оборудование
Аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации	Комплекты ученической мебели Мультимедийный проектор Доска Экран Компьютеры с выходом в сеть «Интернет» и ЭИОС СГЭУ
Помещение для самостоятельной работы	Комплекты ученической мебели Мультимедийный проектор Доска Экран Компьютеры с выходом в сеть «Интернет» и ЭИОС СГЭУ
Помещение для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования	Комплекты специализированной мебели для хранения оборудования