



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего
образования

**«Дальневосточный федеральный университет»
(ДФУ)**

Школа искусств и гуманитарных наук

Департамент Коммуникаций и медиа



УТВЕРЖДАЮ
Директор Школы

Ф.Е. Ажимов

« 18 » июля 2019г

ПРОГРАММА

Государственной итоговой аттестации

НАПРАВЛЕНИЕ ПОДГОТОВКИ

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Программа прикладного бакалавриата

Реклама и связи с общественностью

Квалификация выпускника – бакалавр.

Форма обучения: *очная*

Нормативный срок освоения программы

(очная форма обучения) *4 года*

Владивосток
2019

ЛИСТ СОГЛАСОВАНИЯ
Программы государственной итоговой аттестации

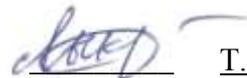
По направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Реклама и связи с общественностью

Программа государственной итоговой аттестации составлена в соответствии с требованиями федерального государственного образовательного стандарта по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью приказом Министерства образования и науки РФ от 08 июня 2017г. № 512.

Рассмотрена и утверждена на заседании Ученого Совета ШИГН « 18 » июня 2019 года (Протокол № 8)

Руководитель образовательной программы

Доцент Департамента коммуникаций и медиа



Т.Д. Лыкова

подпись

ФИО

Заместитель директора Школы
по учебной и воспитательной работе



М.А. Волошина

подпись

ФИО

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Государственная итоговая аттестация выпускника ДВФУ по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью является обязательной и осуществляется после освоения основной образовательной программы в полном объеме.

Программа государственной итоговой аттестации выпускников по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью разработана в соответствии с требованиями федерального государственного образовательного стандарта по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью приказом Министерства образования и науки РФ от 08 июня 2017г. № 512

Характеристика профессиональной деятельности выпускника:

область профессиональной деятельности выпускников, освоивших программу бакалавриата, включает:

- коммуникационные процессы в межличностной, социальной, политической, экономической, культурной, образовательной и научной сферах;
- техники и технологии массовых, деловых и персональных коммуникаций;
- технологии пропаганды конкурентных свойств товаров, услуг, коммерческих компаний, некоммерческих и общественных организаций, государственных учреждений и органов, их позиционирование в рыночной среде;
- общественное мнение;
- информационные и рекламные процессы в коммерческой сфере;
- рекламные и PR-кампании в коммерческой сфере;
- рекламные и PR-технологии в коммерческой сфере на Дальнем Востоке России и в странах АТР.

Объектами профессиональной деятельности бакалавров являются:

- текст рекламы и связей с общественностью и (или) иной коммуникационный продукт, передаваемый по различным каналам средствами массовой информации и другими медиа, адресованный разным целевым группам/группам общественности;
- государственные структуры федерального, регионального и местного уровней, органы самоуправления;
- негосударственные, общественные и коммерческие учреждения и организации, средства массовой информации;
- компании и организации коммерческой сферы с государственным участием либо государственного, либо муниципального ведения – ФГУПы, КГУПы, МУПы, ГУ, МУ и т.д.;
- современные пресс-службы;
- рекламные и коммуникационные агентства, ориентированные на работу в сфере рекламы и связей с общественностью в коммерческой сфере.

Виды профессиональной деятельности:

- организационная;
- авторская;
- проектная;
- маркетинговая;
- технологическая.

Требования к результатам освоения образовательной программы:

Выпускник должен обладать следующими **универсальными компетенциями (УК):**

- способность осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач (УК-1);

- способность определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений (УК-2);
- способность осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде (УК-3);
- способность осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах) (УК-4);
- способность воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах (УК-5);
- способность управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни (УК-6);
- способность поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности (УК-7);
- способность создавать и поддерживать безопасные условия жизнедеятельности, в том числе при возникновении чрезвычайных ситуаций (УК-8).

Выпускник должен обладать **следующими общепрофессиональными компетенциями (ОПК)**:

- способность создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем (ОПК-1);
- способность учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах (ОПК-2);

- способность использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов (ОПК-3);
- способность отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности (ОПК-4);
- способность 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);
- способность использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии (ОПК-6);
- способность учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности (ОПК-7).

Выпускник должен обладать **следующими профессиональными компетенциями (ПК):**

Тип задач профессиональной деятельности: организационный

- способность участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий (ПК-1);
- стратегическое планирование интернет-кампаний (ПК-2);
- формирование и обоснование бюджета продвижения коммуникационного продукта (ПК-3);

Тип задач профессиональной деятельности: авторский

- способность осуществлять авторскую деятельность в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, стилями, технологическими требованиями для разных типов СМИ и других медиа (ПК-4);

Тип задач профессиональной деятельности: маркетинговый

– способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта (ПК-5);

– способность проводить маркетинговые и социологические исследования (ПК-6);

Тип задач профессиональной деятельности: технологический

– способность применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы коммуникаций (ПК-7);

Тип задач профессиональной деятельности: проектный

– способность осуществлять разработку и реализацию индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью (ПК-8).

Описание показателей и критериев оценивания компетенций, а также шкал оценивания

Оценивание в ходе ГИА осуществляется с использованием метода заслушивания комиссией доклада выпускника в форме изложения основных положений ВКР при ее защите.

Объектами оценивания выступают:

– степень усвоения теоретических знаний;

– уровень овладения практическими умениями и навыками по всем видам учебной работы.

(УО-3) Доклад - продукт самостоятельной работы обучающегося, представляющий собой публичное выступление по представлению полученных результатов решения определенной учебно-практической, учебно-исследовательской или научной темы.

№ п/п	Код контролируемой компетенции (или ее части)	Наименование оценочного средства
-------	---	----------------------------------

1	УК-1	УО-3 Доклад в форме защиты положений ВКР
2	УК -2	УО-3 Доклад в форме защиты положений ВКР
3	УК -3	УО-3 Доклад в форме защиты положений ВКР
4	УК -4	УО-3 Доклад в форме защиты положений ВКР
5	УК -5	УО-3 Доклад в форме защиты положений ВКР
6	УК -6	УО-3 Доклад в форме защиты положений ВКР
7	УК -7	УО-3 Доклад в форме защиты положений ВКР
8	УК -8	УО-3 Доклад в форме защиты положений ВКР
9	ОПК1	УО-3 Доклад в форме защиты положений ВКР
10	ОПК-2	УО-3 Доклад в форме защиты положений ВКР
11	ОПК-3	УО-3 Доклад в форме защиты положений ВКР
12	ОПК-4	УО-3 Доклад в форме защиты положений ВКР
13	ОПК-5	УО-3 Доклад в форме защиты положений ВКР
14	ОПК-6	УО-3 Доклад в форме защиты положений ВКР
15	ОПК-7	УО-3 Доклад в форме защиты положений ВКР
16	ПК-1	УО-3 Доклад в форме защиты положений ВКР

17	ПК-2	УО-3 Доклад в форме защиты положений ВКР
18	ПК-3	УО-3 Доклад в форме защиты положений ВКР
19	ПК-4	УО-3 Доклад в форме защиты положений ВКР
20	ПК-5	УО-3 Доклад в форме защиты положений ВКР
21	ПК-6	УО-3 Доклад в форме защиты положений ВКР
22	ПК-7	УО-3 Доклад в форме защиты положений ВКР
23	ПК-8	УО-3 Доклад в форме защиты положений ВКР

**Показатели, критерии оценивания компетенций и шкала оценивания
уровня сформированности компетенций**

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции		критерии	показатели
УК-1 способность осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	знает (пороговый уровень)	Закономерности, особенности и этапы развития научного, образовательного, экономического, политического и культурного пространства России и АТР	Знание современных научных методов познания мира; знание основных тенденций развития исторического процесса в России и АТР; знание основных этапов и процессов в истории России; знание новейших достижений отечественной и зарубежной науки	Способность в ВКР назвать основные тенденции развития мировой науки и науки России, особенные и общие черты в сравнении с мировыми тенденциями, основные исследовательские подходы к изучению основных проблем России и стран АТР.
	умеет (продвинутой)	критически воспринимать, анализировать и оценивать информацию о научном, образовательном, экономическом, политическом и	Умение аналитически работать с литературой по курсу, систематизировать полученную информацию, проводить сравнительный анализ найденной информации с достижениями ученых РФ	Способность в ВКР последовательно, грамотно и оценочно изложить аргументы, приведенные исследователями России и стран АТР

		культурном пространстве России и АТР	и стран АТР	
	владеет (высокий)	навыками межкультурной коммуникации и анализа достижений российских и зарубежных исследователей	владение общенаучными методами в изучении процессов, происходящих в России и странах АТР; владение навыками ведения дискуссии, навыками публичного выступления	Способность в ВКР сформулировать и аргументировать собственную позицию по рассматриваемым проблемам и предложить программу интеграции достижений ВКР в научное, образовательное, экономическое, политическое и культурное пространство России и АТР
УК-2 способность определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	знает (пороговый уровень)	цели, задачи и структуру прикладного исследования, его основные теоретические и практические элементы; основные методы и технологии анализа социально-гуманитарной информации; основные навыки организационно-управленческой работы с малыми коллективами	знание о целях, задачах и структуре организационно-управленческой работы с малыми коллективами; основных методах и технологиях анализа социально-гуманитарной информации; основные навыки организационно-управленческой работы с малыми коллективами	- способность дать определение целям, задачам и структуре прикладного исследования, его основным теоретическим и практическим элементам; основным методам и технологиям анализа социально-гуманитарной информации; основным навыкам организационно-управленческой работы с малыми коллективами.
	умеет (продвинутый)	формулировать проблему организационно-управленческой работы с малыми коллективами; самостоятельно планировать исследовательский проект, составлять программу его реализации; анализировать полученную информацию, составлять аналитические отчёты и другие необходимые документы	умение формулировать проблему организационно-управленческой работы с малыми коллективами; самостоятельно планировать исследовательский проект, составлять программу его реализации; анализировать полученную информацию, составлять аналитические отчёты и другие необходимые документы	- способность формулировать проблему организационно-управленческой работы с малыми коллективами; самостоятельно планировать исследовательский проект, составлять программу его реализации; анализировать полученную информацию, составлять аналитические отчёты и другие необходимые документы

	владеет (высокий)	навыками организации, планирования и осуществления различных исследовательских проектов; знаниями основных методов анализа информации; навыками статистических исследований, работы с различными статистическими пакетами; навыками составления документов по результатам проведённых исследований.	Владение навыками организации, планирования и осуществления различных исследовательских проектов; знаниями основных методов анализа информации; навыками статистических исследований, работы с различными статистическими пакетами; навыками составления документов по результатам проведённых исследований.	- способность уверенно использовать навыки организации, планирования и осуществления различных исследовательских проектов; знания основных методов анализа информации; навыки статистических исследований, работы с различными статистическими пакетами; навыки составления документов по результатам проведённых исследований.
УК-3: способность осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	знает (пороговый уровень)	логику и этику коммуникационной деятельности для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия	знание правил коммуникации в устной и письменной формах на русском языке	способность вести коммуникацию в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия
	умеет (продвинутый)	начинать и поддерживать коммуникацию в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия	умение устно и письменно излагать свои предположения и идеи на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия	способность устно и письменно излагать свои предположения и идеи на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия
	владеет (высокий)	правилами коммуникации в устной и	владение правилами коммуникации в устной и письменной формах на	способность устно и письменно излагать свои предположения и идеи на

	кий)	письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия, в том числе в профессиональной сфере	русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия, в том числе в профессиональной сфере	русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия, в том числе в профессиональной сфере
УК-4 способность осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном (ых) языке(ах)	знает (пороговый уровень)	логику и этику коммуникационной деятельности для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия	знание правил коммуникации в устной и письменной формах на русском языке	способность вести коммуникацию в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия
	умеет (продвинутый)	начинать и поддерживать коммуникацию в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия	умение устно и письменно излагать свои предположения и идеи на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия	способность устно и письменно излагать свои предположения и идеи на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия
	владеет (высокий)	правилами коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия,	владение правилами коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия, в том числе в профессиональной сфере	способность устно и письменно излагать свои предположения и идеи на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия, в том числе в профессиональной сфере

		в том числе в профессиональной сфере		
УК-5: способность воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	знает (пороговый уровень)	Основные понятия и концепции философии; историю развития основных направлений человеческой мысли	Знание основных понятий философии; знание истории развития основных направлений человеческой мысли	Способность дать определения основных понятий и концепций философии
	умеет (продвинутый)	Проводить философское исследование в соответствии с поставленной целью и задачами, определять логику проведения научного исследования относительно оценки собственной деятельности	Умение анализировать основные понятия и концепции философского исследования, умение работать с электронными базами данных по философии и библиотечными каталогами, умение применять известные методы научных исследований по изучаемой проблеме и по своему собственному исследованию, аргументировано доказывать свою точку зрения	Способность работать с электронными базами данных по философии и библиотечными каталогами, способность обосновать объективность применения изученных результатов в качестве доказательства или опровержения исследовательских аргументов, способность применять методы научных исследований для нестандартного решения поставленных задач в философии
	владеет (высокий)	Инструментами и методами проведения научных философских исследований	Владение терминологией философской области знаний, владение способностью сформулировать задание по научному исследованию, четкое понимание требований, предъявляемых к содержанию и последовательности исследования, владение инструментами представления результатов научных исследований в философии	-Способность бегло и точно применять терминологический аппарат предметной области исследования в устных ответах на вопросы и в письменных работах, - способность проводить самостоятельные философские исследования и представлять их результаты на обсуждение на круглых столах, диспутах, семинарах, научных конференциях.

<p>УК-6: способность управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни</p>	<p>знает (пороговый уровень)</p>	<p>предметную область рекламы и связей с общественностью; теоретические основы самостоятельной работы; основные принципы планирования самостоятельной работы; основы тайм-менеджмента; теоретические основы работы с учебной и научной литературой; принципы работы с базами данных и информационными источниками сети Интернет.</p>	<p>Знание предметной области рекламы и связей с общественностью. Знание теоретических основ самостоятельной работы. Знание основ работы с базами данных и информационными источниками сети Интернет.</p>	<p>–Способность раскрыть: понятие, структуру и динамику процессов рекламы и связей с общественностью, а также технологии и способы управления ими. –Основные принципы планирования самостоятельной работы; –основы тайм-менеджмента; –способы работы с учебной и научной литературой; –принципы и приемы работы с базами данных и информационными источниками сети Интернет.</p>
	<p>умеет (продвинутый)</p>	<p>проявлять самостоятельность в обучении; планировать рабочее время; систематически изучать научную и учебную литературу, оформлять ее в соответствии с ГОСТ и нормативными документами ДВФУ; самостоятельно анализировать интернет источники и результаты исследований ведущих исследовательских организаций; формулировать результат самостоятельной работы; публично представлять результаты</p>	<p>Умение проявлять самостоятельность в обучении. Умение самостоятельно анализировать интернет источники и результаты исследований. Умение публично представлять результаты самостоятельной работы.</p>	<p>–способность самостоятельно планировать рабочее время; –способность систематически изучать научную и учебную литературу; –способность оформлять литературу в соответствии с ГОСТ и нормативными документами ДВФУ; –способность анализировать интернет источники и результаты исследований; –способность формулировать результат самостоятельной работы; –способность готовить выступления; умеет публично представлять и защищать результаты самостоятельной работы.</p>

		самостоятельной работы.		
	владеет (высокий)	навыками самостоятельной работы, самоорганизации и самообразования ; навыками планирования рабочего времени; навыками анализа и систематизации исследований; способностью формулировать и представлять результат самостоятельной работы.	Владение навыками самостоятельной работы. Владение навыками анализа и систематизации исследований. Владение способностью формулировать и представлять результат самостоятельной работы.	– способность владеть навыками самоорганизации и самообразования; – владеть навыками планирования рабочего времени; – владеть навыками анализа результатов исследований; – владеть навыками систематизации результатов конфликтологических исследований; – владеть навыками обобщения результатов конфликтологических исследований; владеет навыками представления результатов самостоятельной работы.
УК-7: способность поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности	знает (пороговый уровень)	Методы и средства физической культуры для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности	Знание методов и средств физической культуры для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности	Может перечислить методы и средства физической культуры для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности, в том числе профессии в области рекламы и СО, требующие особой физической подготовки
	умеет (продвинутый)	Использовать методы и средства физической культуры для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности	Умение оценить методы и средства физической культуры для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности, а также для продвижения фитнес-клубов и спортивных команд	Способность оценить методы и средства физической культуры для информационного продвижения фитнес-клубов и спортивных команд
	владеет (высокий)	Навыками по применению методов и средств физической культуры для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности	Владение способностью по разработке информационной кампании для продвижения организаций сферы спорта с учетом методов и средств физической культуры	Владеет навыками разработки информационной кампании для продвижения организаций сферы спорта с учетом методов и средств физической культуры и представления проекта при защите ВКР

УК-8: способность создавать и поддерживать безопасные условия жизнедеятельности, в том числе при возникновении чрезвычайных ситуаций	знает (пороговый уровень)	Основные методы защиты производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий	Знание основных методов защиты производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий	Может перечислить основные методы защиты производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий
	умеет (продвинутый)	Применять на практике методы защиты производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий	Умение оценить основные методы защиты производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий, а также использовать их при разработке PR-кампании для МЧС	Способность методы защиты производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий, а также использовать их при разработке PR-кампании для МЧС
	владеет (высокий)	Навыками по применению основных методов защиты производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий	Владение способностью по разработке PR-кампании для МЧС	Владеет навыками разработки PR-кампании для МЧС и презентации результатов в ходе защиты ВКР
ОПК-1 способность создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и	знает (пороговый уровень)	понятийный аппарат рекламы и связей с общественностью, теоретические основы инновационных идей разработки рекламных и PR-текстов	-знание терминологии, категориального и понятийного аппарата в области копирайтинга; - знание основных особенностей работы с текстами в сфере рекламы и PR, в том числе применение инновационных методов	-способность дать развернутое определение терминам в данной области; - способность сформулировать инновационные принципы успешного и профессионального составления рекламных и PR-текстов в ВКР

иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	умеет (продвинутый)	применять на практике и самостоятельно анализировать материал по курсу, составлять профессиональные тексты в сфере рекламы и PR с применением инновационных технологий	- умение устно излагать и писать текст любого формата для продвижения в разных сферах с применением инновационных технологий	<ul style="list-style-type: none"> - способность написать текст по любому запросу, четко придерживая теоретических правил и бизнес-схем; - способность поддержать беседу об инновационных идеях в анализе и разработке текста в профессиональной сфере, - способность опубликовать свои инновационные идеи в профессиональном издании по результатам защиты ВКР
	владеет (высокий)	понятийно-категориальным аппаратом, инновационными рекламными и PR-инструментами, навыками разработки комплексной системы их применения	владение инновационным теоретическим и практическим инструментарием в сфере современного копирайтинга	<ul style="list-style-type: none"> - способность четко определить возможность и необходимость использования различных инновационных инструментов и технологий для каждого из видов рекламного и PR-текста в ВКР
ОПК-2: способность учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	знает (пороговый уровень)	основы теории государства и права и современное состояние российского законодательства	Знание основ теории государства и права и современное состояние российского законодательства	<ul style="list-style-type: none"> - способность раскрыть основные теории государства и права и современное состояние российского законодательства
	умеет (продвинутый)	использовать общетеоретические знания в общественной практике и находить решения конкретных правовых проблем и ситуаций.	Умение использовать общетеоретические знания в общественной практике и находить решения конкретных правовых проблем и ситуаций	<ul style="list-style-type: none"> - способность анализировать общетеоретические знания в общественной практике и находить решения конкретных правовых проблем и ситуаций

	владеет (высокий)	практическими навыками работы с нормативными актами и навыками публичного аргументированного выступления.	Владение практическими навыками работы с нормативными актами и навыками публичного аргументированного выступления.	- способность бегло и точно применять терминологический аппарат юриспруденции; - способность применять навыки работы с нормативными актами и навыками публичного аргументированного выступления.
ОПК-3 способность использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	знает (пороговый уровень)	Основные достижения науки и техники в рекламе и связях с общественностью	знание основных достижений науки и техники в рекламе и связях с общественностью	Способность перечислить основные достижения науки и техники в рекламе и связях с общественностью в выполненной ВКР
	умеет (продвинутый)	использовать основные достижения науки и техники в рекламе и связях с общественностью в соответствии с потребностями регионального и мирового рынка	умение использовать общетеоретические знания в общественной практике и находить решения конкретных проблем и ситуаций с помощью достижений науки и техники	Способность анализировать общетеоретические знания в общественной практике и находить решения конкретных проблем и ситуаций с помощью достижений науки и техники, описывать варианты решений проблем в ВКР
	владеет (высокий)	практическими навыками творческой обработки и применения достижений науки, техники в профессиональной сфере в соответствии с потребностями регионального и мирового рынка	владение практическими навыками творческой обработки и применения достижений науки, техники в профессиональной сфере в соответствии с потребностями регионального и мирового рынка	Способность находить релевантную предмету исследования информацию о достижениях науки, техники в профессиональной сфере в соответствии с потребностями регионального и мирового рынка и творчески перерабатывать ее для представления в ВКР
ОПК-4 способность отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	знает (пороговый уровень)	основные категории и понятия теории коммуникации, ее структуру и функции; основные концепции и методы.	Знание основных понятий теории коммуникации, её структуры и функций, основных концепции и методы исследования и анализа коммуникационного процесса	- способность дать определения основным понятиям; - способность раскрыть структуру и функции коммуникации; - способность раскрыть основные концепции и методы исследования и анализа коммуникационного процесса

	умеет (продвинутый)	анализировать коммуникационные кампании и мероприятия, происходящие в рекламной и PR деятельности, применять их для обоснования практических решений, касающихся профессиональной деятельности	умение анализировать коммуникационные кампании и мероприятия, происходящие в рекламной и PR деятельности	- способность планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия, происходящие в рекламной и PR деятельности; - способность выделять теоретические, прикладные, ценностные аспекты социальных, гуманитарных наук, применять их для обоснования практических решений
	владеет (высокий)	навыками использования систематизированных теоретических и практических знаний в области рекламы и связей с общественностью при решении социальных и профессиональных задач	владение терминологией в области коммуникации при решении социальных и профессиональных задач	- способность бегло и точно применять терминологический аппарат; - способность осуществлять анализ процессов и явлений в области рекламной и PR деятельности
ОПК-5: способность учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических	знает (пороговый уровень)	способы и алгоритмы оценки результативности и бизнес-проектов в сфере рекламы и СО	Знание способов и алгоритмов оценки результативности бизнес-проектов в сфере рекламы и СО, а также коммуникационных принципов современных СМК и социально-психологических механизмов убеждения	Может перечислить способы и алгоритмы оценки результативности бизнес-проектов в сфере рекламы и СО, а также коммуникационные принципы современных СМК и социально-психологических механизмов убеждения
	умеет (продвинутый)	проводить профессиональную оценку бизнес-проектов, отстаивать свою точку зрения	Умение прогнозировать и оценивать результативность бизнес-проектов в сфере рекламных коммуникаций с опорой на коммуникационные принципы современных СМК и социально-психологических механизмах убеждения	Способность в ВКР провести анализ существующих бизнес-проектов конкурентов, выделить преимущества и недостатки

норм регулирования	владеет (высокий)	навыками социально-экономических механизмов убеждения, написания профессиональных отчетов-прогнозов в сфере рекламы и СО	Владение навыками социально-экономических механизмов убеждения, написания профессиональных отчетов-прогнозов в сфере рекламы и СО	Способность в ВКР провести анализ существующих бизнес-проектов выбранной организации прошлых отчетных периодов, разработать рекомендации по нивелированию слабых сторон проектов, предложить новый проект и защитить его перед аттестационной комиссией.
ОПК-6 способность использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии	знает (пороговый уровень)	Основные теоретические направления исследований по рекламе и связям с общественностью; важнейшие параметры рекламы и связей с общественностью: сущность, структуру, рекламного процесса; характеристику различных видов и типов рекламы; способы прогнозирования, предупреждения, стимулирования, регулирования и разрешения конфликтов в процессе связей с общественностью, опираясь на конкретные примеры в общественных сферах жизни;	знание содержания теоретических и эмпирических подходов в сфере рекламы и связей с общественностью, методов управления коммуникациями с опорой на современные информационные технологии.	<ul style="list-style-type: none"> - способность: - определения основных понятий (категорий) в рекламе и связях с общественностью; - выявления методов исследования с применением современных информационных технологий; - определения основных результатов, полученных в ходе проведенного исследования; - определения корректных выводов по результатам анализа собранной информации
	умеет (продвинутый)	Изучать и анализировать ситуации в рекламе и связях с общественностью; применять в ситуации взаимодействия научно обоснованные	умение определять и оценивать проблемы в сфере рекламы и связей с общественностью и полностью учитывает современные подходы, в том числе и использует современные информационные технологии	<ul style="list-style-type: none"> - способность: - интерпретировать элементы и особенности теоретических концепций рекламы и связей с общественностью; - интерпретировать сведения, полученные в результате проведенного исследования; - составлять план

		стратегии поведения; устанавливать благоприятные межличностные отношения с общественностью		проведения исследований с использованием современных методов и информационных технологий
	владеет (высокий)	Навыками теоретического анализа содержания концепций рекламы и связей с общественностью, выявления и оценки ситуаций в процессе социального взаимодействия; умением анализа конфликтов между субъектами социального взаимодействия и поиска вариантов разрешения конфликтных ситуаций; навыками принятия решений; умением находить информацию в различных источниках и обрабатывать ее с помощью компьютерных технологий	владение системной методикой использования современных информационных технологий, направленных на решение проблем в сфере рекламы и связей с общественностью	способность: - владеть навыками объяснения особенностей теоретических рекламы и связей с общественностью; - владеть навыками корректной критики теоретических позиций представителей рекламы и связей с общественностью; - владеть навыками дискуссии о корректных методах проведения исследования; - владеть навыками разработки концепции проведения исследования с использованием современных методов и информационных технологий; - владеть навыками прогнозирования по результатам проведенного исследования
ОПК-7- способность учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности	знает (пороговый уровень)	основные понятия, категории и инструменты менеджмента и самоорганизации	знание определений основных понятий менеджмента и самоорганизации; знание основных понятий по методам научных исследований	Способность перечислить и раскрыть суть методов исследования, применяемых в ВКР, которые изучил и освоил студент; способность самостоятельно сформулировать объект и предмет ВКР
	умеет (продвинутый)	собирать, обобщать и анализировать необходимую информацию, в	умение работать с электронными базами данных и библиотечными каталогами, умение применять изученные	Способность работать с данными, каталогов для исследования; способность применять методы сбора, обобщения и анализа

		том числе о результатах новейших исследований отечественных и зарубежных исследователей, для решения конкретных теоретических и практических задач	методы сбора, обобщения и анализа информации; умение представлять результаты исследований учёных по решению конкретных теоретических и практических задач	информации; способность найти труды учёных и обосновать объективность применения изученных результатов научных исследований в качестве доказательства или опровержения аргументов по решению конкретных теоретических и практических задач ВКР
	владеет (высокий)	Самостоятельным выбором методов и навыков проведения анализа и определения тенденций развития конкретных процессов на микро- и макроуровнях	владение навыками проведения анализа и определения тенденций развития конкретных процессов на микро- и макроуровнях	способность бегло и точно применять терминологический аппарат рекламы и связей с общественностью в устных ответах на вопросы и в ВКР, способность проводить самостоятельный анализ и определять тенденции развития конкретных процессов на микро- и макроуровнях.
ПК-1 способность участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	знает (пороговый уровень)	особенности и основные характеристики в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, основные методологические и теоретические подходы к их изучению; принципы осуществления оперативного планирования и оперативного контроля рекламной работы, деятельности по связям с общественностью	знание об особенностях и основных характеристиках управления и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, основные методологические и теоретические подходы к их изучению; принципы осуществлять оперативного планирования и оперативного контроля рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, основных методологических и теоретических подходов к их изучению.	- Способность дать определение особенностям и основным характеристикам управления и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью; знать методологические и теоретические подходы к их изучению; принципы осуществления оперативного планирования и оперативного контроля рекламной работы, деятельности по связям с общественностью

	<p>принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью; выявлять способность научно обоснованно отбирать содержание и адаптировать информацию; применять на практике методики и техники эмпирических исследований.</p>	<p>Умение принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью; использовать теоретические знания и способность научно обоснованно отбирать содержание и адаптировать информацию; применять на практике методики и техники исследований рекламной и СО деятельности.</p>	<p>- Способность выявлять основные формы взаимодействий в современном управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью; исследовать их основные элементы, причины и пути формирования; - Способность определять основные факторы и закономерности по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок. Реализовывать целенаправленное исследование, в соответствии с существующими этическими требованиями; - Способность оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью; - Способность использовать теоретические знания и способность научно обоснованно отбирать содержание и адаптировать информацию.</p>
умеет (продвинутый)			
владеет (высокий)	<p>навыками участия в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять</p>	<p>владение навыками организации и осуществления исследований в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью; умением структурировать</p>	<p>- способность уверенно применять навыки организации и осуществления исследований в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью; - способность</p>

		оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью	полученную информацию; осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью. Проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью	структурировать полученную информацию; - осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью. Проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок – способность применять умения, связанные с проведением мероприятий по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью
ПК-2 стратегическое планирование интернет-кампаний	знает (пороговый уровень)	основные категории социальных и гуманитарных наук, основные направления и подходы к изучению и планированию своей деятельности и деятельности фирмы; основные принципы и правила междисциплинарного анализа организации	знание об основных категориях социальных и гуманитарных наук, основных направлениях и подходах к изучению организации и оперативному планированию своей деятельности фирмы.	- способность дать определение основным категориям планирования деятельности организации в сфере рекламы и связей с общественностью, основные направления и подходы к изучению организации и оперативному планированию своей деятельности фирмы
	умеет (продвинутый)	использовать категориальный аппарат социально-гуманитарных наук для анализа и планирования своей деятельности и деятельности фирмы; применять основные правила междисциплинарного	Умение использовать категориальный аппарат социально-гуманитарных наук для анализа и планирования своей деятельности фирмы; применять основные правила междисциплинарного анализа к планированию своей деятельности и деятельности фирмы; выделять основные причины и факторы,	- способность использовать категориальный аппарат социально-гуманитарных наук для анализа и планирования своей деятельности фирмы; - способность применять основные правила междисциплинарного анализа к изучению планированию своей деятельности фирмы; - способность выделять

		ного анализа к и планированию своей деятельности и деятельности фирмы; выделять основные причины и факторы, обуславливающие и свою деятельность и деятельность фирмы.	обуславливающие и свою деятельность и деятельность фирмы.	основные причины и факторы, обуславливающие планирование своей деятельности и деятельности фирмы.
	владеет (высокий)	системными знаниями в области социальных и гуманитарных наук, развитыми навыками их применения для планирования своей деятельности и деятельности фирмы; методами и способами организации и осуществления междисциплинарного исследования и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы	владеет системными знаниями в области социальных и гуманитарных наук, развитыми навыками их применения для оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы; методами и способы организации и осуществления междисциплинарного исследования и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы	- способность уверенно использовать системные знания в области социальных и гуманитарных наук, развитые навыки их применения для оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы; методы и способы организации и осуществления междисциплинарного исследования и планирования своей деятельности и деятельности фирмы.
ПК-3: формирование и обоснование бюджета продвижения коммуникационного продукта	знает (пороговый уровень)	основные понятия, категории и инструменты экономической науки; основные концепции экономической мысли, экономические воззрения в контексте истории экономических учений.	Знание определений основных понятий экономической науки; знание основных понятий по методам научных исследований; знание инструментов экономической науки; знание основных концепции экономической мысли и их хронологию	- способность дать определения основных понятий экономической науки; - способность перечислить и раскрыть суть методов экономического исследования, которые изучил и освоил студент; -способность самостоятельно сформулировать объект и предмет экономики; -способность перечислить основные концепции экономической мысли и их хронологию

	умеет (продвинутый)	собирать, обобщать и анализировать необходимую экономическую информацию, в том числе о результатах новейших исследований отечественных и зарубежных экономистов по экономическим проблемам, для решения конкретных теоретических и практических задач	умение работать с электронными базами данных и библиотечными каталогами, умение применять изученные методы сбора, обобщения и анализа экономической информации; умение представлять результаты исследований учёных по решению конкретных теоретических и практических задач	- способность работать с данными, каталогов для исследования; - способность применять методы сбора, обобщения и анализа экономической информации; - способность найти труды учёных и обосновать объективность применения изученных результатов научных исследований в качестве доказательства или опровержения аргументов по решению конкретных теоретических и практических задач
	владеет (высокий)	экономическими методами и навыками проведения анализа и определения тенденций развития конкретных экономических процессов на микро и макроуровнях	владение экономическими терминами и их определениями, владение навыками проведения анализа и определения тенденций развития конкретных экономических процессов на микро и макроуровнях	- способность бегло и точно применять терминологический аппарат экономической науки в устных ответах на вопросы и в письменных работах, - способность проводить самостоятельный анализ и определять тенденции развития конкретных экономических процессов на микро и макро уровнях.
ПК-4 способность осуществлять авторскую деятельность в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, стилями, технологическими требованиями для разных типов СМИ и других медиа	знает (пороговый уровень)	принципы создания текстов рекламы и связей с общественностью, литературного редактирования, копирайтинга	знание основные понятия копирайтинга, литературного редактирования;	- способность дать определения основных понятий и концепций копирайтинга, литературного редактирования;
	умеет (продвинутый)	навыки создания текстов рекламы и связей с общественностью, владеет навыками литературного редактирования, копирайтинга; формулировать и аргументировать собственную позицию по мировоззренческим вопросам; читать и	умение анализировать основные понятия и концепции исследования, умение работать с электронными базами данных и библиотечными каталогами, умение применять известные методы научных исследований по изучаемой проблеме и по своему собственному исследованию, аргументировано доказывать свою точку зрения	- способность работать с электронными базами данных и библиотечными каталогами, способность обосновать объективность применения изученных результатов в качестве доказательства или опровержения исследовательских аргументов, - способность применять методы научных исследований для нестандартного решения поставленных задач в

		<p>понимать тексты; видеть связь текста с жизненными проблемами человека, выстраивать социальные взаимодействия с учетом этнокультурных и профессиональных различий</p>		<p>рекламе и связях с общественностью</p>
	<p>владеет (высокий)</p>	<p>навыками применения законов, принципов, категорий копирайтинга для логико-методологического анализа текста; использования научного языка и научной терминологии; обладать грамотной, логически верно и аргументировано построенной устной и письменной речью, основами речевой профессиональной культуры</p>	<p>владение категориями, научной терминологией, аргументировано построенной письменной речью</p>	<p>- способность владеть терминологией; - способность использовать литературный язык</p>
<p>ПК-5 – способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта</p>	<p>знает (пороговый уровень)</p>	<p>правила работы с информацией: оценки и использования информации из различных источников, необходимой для решения научных и профессиональных задач (в том числе на основе системного подхода); основные подходы к</p>	<p>знание правил работы с информацией: оценки и использования информации из различных источников, необходимой для решения научных и профессиональных задач (в том числе на основе системного подхода); основных подходов к постановке цели и выбору путей ее достижения</p>	<p>- способность использовать правила работы с информацией: оценки и использования информации из различных источников, необходимой для решения научных и профессиональных задач (в том числе на основе системного подхода); - способность использовать основные подходы к постановке цели и выбору путей ее достижения</p>

		постановке цели и выбору путей ее достижения		
	умеет (продвинутый)	оценивать потребности в информации и планировать ее использование при решении задач в профессиональной деятельности; анализировать, верифицировать, оценивать полноту и качество информации в ходе профессиональной деятельности; рефлексировать профессиональную и социальную деятельность	умение оценивать потребности в информации и планировать ее использование при решении задач в профессиональной деятельности; анализировать, верифицировать, оценивать полноту и качество информации в ходе профессиональной деятельности; рефлексировать профессиональную и социальную деятельность	- способность оценивать потребности в информации и планировать ее использование при решении задач в профессиональной деятельности; - способность анализировать, верифицировать, оценивать полноту и качество информации в ходе профессиональной деятельности; - способность рефлексировать профессиональную и социальную деятельность
	владеет (высокий)	навыками критической оценки и обобщения, анализа информации; умением восполнять и синтезировать недостающую профессиональную информацию и работать с ней в различных условиях	Владение навыками критической оценки и обобщения, анализа информации; умением восполнять и синтезировать недостающую профессиональную информацию и работать с ней в различных условиях	- способность владеть навыками критической оценки и обобщения, анализа информации; - способность владеть умением восполнять и синтезировать недостающую профессиональную информацию и работать с ней в различных условиях
ПК-6 способность проводить маркетинговые и социологические исследования	знает (пороговый уровень)	основные технологии подготовки и проведения маркетинговых и социологических исследований; особенности маркетинговых и социологических исследований, их различия, способы комплексного исследования рынка товаров и	знание об основных технологиях подготовки и проведения маркетинговых и социологических исследований; особенности маркетинговых и социологических исследований, их различия, способы комплексного исследования рынка товаров и услуг в РФ, технологию проведения количественных и	- способность дать определение основных технологий подготовки и проведения маркетинговых и социологических исследований; особенности маркетинговых и социологических исследований, их различия, определять способы комплексного исследования рынка товаров и услуг в РФ, характеризовать технологию проведения

		услуг в РФ, технологию проведения количественных и качественных исследований на предприятиях, технологию исследования возможностей предприятия, формы первичного исследования в рекламе и PR	качественных исследований на предприятиях, технологию исследования возможностей предприятия, формы первичного исследования в рекламе и PR	количественных и качественных исследований на предприятиях, анализировать технологию исследования возможностей предприятия, формы первичного исследования в рекламе и PR
	умеет (продвинутый)	анализировать основные технологии подготовки и проведения маркетинговых исследований; определять особенности маркетинговых и социологических исследований, их различия, способы комплексного исследования рынка товаров и услуг в РФ, применять на практике технологии проведения количественных и качественных исследований на предприятиях, технологию исследования возможностей предприятия, формы первичного исследования в рекламе и PR.	Умение анализировать технологии подготовки и проведения маркетинговых исследований; определять особенности маркетинговых и социологических исследований, их различия, способы комплексного исследования рынка товаров и услуг в РФ, применять на практике технологии проведения количественных и качественных исследований на предприятиях, технологию исследования возможностей предприятия, формы первичного исследования в рекламе и PR.	- способность анализировать технологии подготовки и проведения маркетинговых исследований, выбирать эффективные технологии их проведения; - способность определять цели и задачи маркетинговых и социологических исследований; - способность оценивать результаты проведения количественных и качественных исследований на предприятиях.
	владеет (высокий)	знаниями об особенностях технологий подготовки и проведения маркетинговых исследований, развитыми	владение знаниями об особенностях технологии подготовки и проведения маркетинговых исследований, развитыми навыками их анализа и оценки; практическими навыками проведения	- способность уверенно использовать знания об особенностях технологий подготовки и проведения маркетинговых исследований, - развитыми навыками их анализа и оценки;

		<p>навыками их анализа и оценки; практическими навыками проведения количественных и качественных исследований на предприятиях, технологию исследования возможностей предприятия, формы первичного исследования в рекламе и PR</p>	<p>количественных и качественных исследований на предприятиях, технологию исследования возможностей предприятия, формы первичного исследования в рекламе и PR.</p>	<p>- практическими навыками проведения количественных и качественных исследований на предприятиях.</p>
<p>ПК-7 способность применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы коммуникаций</p>	<p>знает (пороговый уровень)</p>	<p>Основные современные методы и технологии (в том числе информационные) в рекламе и связях с общественностью</p>	<p>знание современные методы и технологии (в том числе информационные) в рекламе и связях с общественностью</p>	<p>Способность перечислить основные современные методы и технологии (в том числе информационные) в рекламе и связях с общественностью в выполненной ВКР</p>
	<p>умеет (продвинутой)</p>	<p>использовать основные современные методы и технологии (в том числе информационные) в рекламе и связях с общественностью в соответствии с потребностями регионального и мирового рынка</p>	<p>умение использовать общетеоретические знания в общественной практике и находить решения конкретных проблем и ситуаций с помощью современных методов и технологий (в том числе информационные)</p>	<p>Способность анализировать общетеоретические знания в общественной практике и находить решения конкретных проблем и ситуаций с помощью современных методов и технологий (в том числе информационные), описывать варианты решений проблем в ВКР</p>
	<p>владеет (высокий)</p>	<p>практическими навыками творческой обработки и применения современных методов и технологий (в том числе информационные) в рекламе и связях с общественностью</p>	<p>владение практическими навыками творческой обработки и применения современных методов и технологий (в том числе информационные) в профессиональной сфере</p>	<p>Способность находить релевантную предмету исследования информацию о современных методах и технологиях (в том числе информационные) в профессиональной сфере и творчески перерабатывать ее для представления в ВКР</p>

<p>ПК-8: способность осуществлять разработку и реализацию индивидуально го и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественно стью</p>	<p>знает (порог овый уро- вень)</p>	<p>Какой круг задач в рамках поставленной цели имеет конкретная роль, оптимальные способы решения поставленных задач, готов принять ответственность за результат деятельности</p>	<p>знание современных научных методов познания мира; знание основных тенденций развития мирового исторического процесса; знание основных этапов и процессов в истории России знание новейших достижений отечественной и зарубежной исторической науки, дискуссионных проблем российской истории.</p>	<p>- способность назвать круг задач в рамках поставленной цели.</p>
	<p>умеет (прод- вину- тый)</p>	<p>Определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений, принимает ответственность за результат своей деятельности</p>	<p>умение аналитически работать с литературой по курсу, систематизировать полученную информацию</p>	<p>- способность последовательно, грамотно определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения</p>
	<p>владе- ет (высо- кий)</p>	<p>Различными технологиями определения круга задач в рамках поставленной цели и выбора оптимальных способов их решения, принимает решения и ответственность за результат деятельности</p>	<p>Владение общенаучными методами в изучении истории России; владение навыками ведения дискуссии, навыками публичного выступления</p>	<p>- способность сформулировать и аргументировать собственную позицию по рассматриваемым проблемам; - способность объяснить значимость процессов и явлений истории России для современного развития России</p>

Шкалы оценивания устного доклада при защите ВКР

✓ «Отлично» 100-85 баллов - если доклад показывает прочные знания студента в области основных аспектов рекламы и связей с общественностью, в т.ч. в конкретной сфере, освещаемой в ВКР; отличается глубиной и полнотой раскрытия темы; студент владеет терминологическим аппаратом в сфере рекламы и связей с общественностью; умеет объяснять сущность явлений и процессов, делать выводы и обобщения, давать аргументированные ответы, приводить примеры из практической области деятельности в рассматриваемой сфере; свободно владеет монологической речью, логично и последовательно излагает суть проблемы.

✓ «Хорошо» 85-76 баллов – если доклад обнаруживает прочные знания основных процессов рекламы и связей с общественностью, отличается глубиной и полнотой раскрытия темы; студент владеет терминологическим аппаратом в сфере рекламы и связей с общественностью; умеет объяснять сущность явлений и процессов, давать аргументированные ответы, приводить примеры из практической области деятельности. Однако он недостаточно свободно владеет монологической речью или нарушает логичность и последовательность в своем выступлении.

✓ «Удовлетворительно» 75-61 балл – если доклад свидетельствует о знании основных процессов рекламы и связей с общественностью, но отличается недостаточной глубиной и полнотой раскрытия темы; студент знает основные вопросы теории рекламы и связей с общественностью, но его навыки анализа явлений и процессов недостаточно сформированы; он не всегда может давать аргументированные ответы и приводить примеры из практической области деятельности; недостаточно свободно владеет монологической речью и нарушает логичность и последовательность в своем выступлении.

✓ «Неудовлетворительно» 60-50 баллов – если доклад обнаруживает незнание основных процессов рекламы и связей с общественностью и отличается неглубоким раскрытием конкретной темы; студент не знает

основные вопросы теории рекламы и связей с общественностью, его навыки анализа явлений и процессов не сформированы, он не умеет давать аргументированные ответы и слабо владеет монологической речью, в его докладе отсутствует логичность и последовательность.

Структура государственной итоговой аттестации:

государственная итоговая аттестация выпускников направления 42.03.01 включает защиту выпускной квалификационной работы (ВКР).

Обучающийся имеет право подать в апелляционную комиссию письменную апелляцию о нарушении, по его мнению, установленной процедуры государственного аттестационного испытания и (или) своем несогласии с результатами государственного аттестационного испытания. Апелляция подается обучающимся лично в апелляционную комиссию не позднее следующего рабочего дня после объявления результатов ГАИ. Апелляция рассматривается не позднее 2 рабочих дней со дня подачи апелляции на заседании апелляционной комиссии, на которую приглашаются председатель ГЭК и обучающийся, подавший апелляцию. Решение апелляционной комиссии оформляется протоколом и доводится до сведения обучающегося, подавшего апелляцию, в течение 3 рабочих дней со дня заседания апелляционной комиссии.

Требования к выпускным квалификационным работам и порядку их выполнения

В соответствии с общими требованиями к ВКР, утвержденными приказом ректора ДВФУ № 12-13-1039 «О введении в действие Положения об итоговой государственной аттестации по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, специалитета, магистратуры ДВФУ» от 24.05.2019. выполняется по следующим параметрам.

Объем выпускной квалификационной работы: 50-70 страниц, количество источников в списке литературы: 35-5 (источники не старше

5 лет, за исключением непереиздаваемых источников). Тема ВКР определяется Департаментом коммуникаций и медиа и утверждается приказом Директора ШИГН. Тема ВКР должна быть актуальна на момент защиты, являться оригинальным документом автора работы, не дублировать темы ВКР прошлых лет по профилю ОПОП. Для подготовки ВКР распорядительным актом по ШИГН за обучающимся закрепляется руководитель ВКР (при необходимости-консультант).

Основная часть ВКР по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, профиль «Реклама и связи с общественностью», должна представлять собой логическое и последовательное изложение материала, сопровождающееся выводами по главам и параграфам. Необходимыми требованиями являются глубина исследования и полнота освещения вопросов; убедительность аргументации, краткость и точность формулировок; конкретность изложения результатов, доказательность выводов и обоснованность рекомендаций; грамотное оформление результатов исследования. Кроме того, необходимо строгое цитирование, с правильно оформленными ссылками на источник.

Введение ВКР включает такие подразделы, как актуальность исследования; его объект и предмет; изложение источниковой базы, цели и задач исследования, его методов, научной значимости, гипотезы; практической значимости исследования. Объем введения – 3-4 страницы.

Заключение выпускной квалификационной работы должно содержать выводы по задачам и гипотезе, описание степени решения поставленной проблемы и практические рекомендации в сфере исследования. Объем заключения – 1-3 страницы.

ВКР должна иметь практическую часть, которая отражает базу исследования и представляет собой проект (программу), либо самостоятельное исследование, либо научно значимый анализ источников на примере конкретной организации. В единичных случаях допускается исключение практического раздела, в случае глубокого, имеющего элементы

научной новизны и широкую научную базу теоретического исследования, включающего сравнительный анализ актуальной российской и зарубежной литературы по проблеме, а также сравнительный анализ эмпирических исследований и моделей деятельности в рассматриваемой сфере. Содержание исследования и его научный аппарат должны соответствовать заявленной теме.

Оформление ВКР, в том числе ссылок на источники и списка использованной литературы, осуществляется согласно нормативным документам ДВФУ.

Студенты должны предоставить задание, график выполненных работ. График включает такие параметры, как выбор темы и согласование ее с руководителем, составление предварительной библиографии, плана работы, разработка и представление руководителю частей работы, доработка ВКР в соответствии с замечаниями руководителя, оформление работы, проверка работы в системе «Антиплагиат», подготовка доклада и презентации, защита работы и представление ее на кафедру. Сроки выполнения каждого этапа работы определяются нормативными документами ДВФУ.

Выпускная квалификационная работа рассматривается как самостоятельная заключительная работа студента, в которой систематизируются, закрепляются и расширяются теоретические знания и практические навыки, полученные при изучении циклов дисциплин, предусмотренных основной образовательной программой. Реализуются компетенции, освоенные при изучении дисциплин.

Выпускная квалификационная работа является заключительным этапом обучения студентов в вузе и имеет своей целью – систематизацию, закрепление и расширение теоретических и практических знаний по специальности и применение этих знаний при решении конкретных производственных, технических задач.

Защита выпускной квалификационной работы проводится на открытом заседании экзаменационной комиссии в соответствии со следующим порядком:

- представление студента членам комиссии секретарем ГЭК;
- сообщение студента с использованием наглядных материалов и компьютерной техники об основных результатах выпускной квалификационной работы (не более 7 минут);
- вопросы членов ГЭК и присутствующих после доклада студента;
- ответы студента на заданные вопросы;
- отзыв научного руководителя на ВКР;
- зачитывание секретарем ГЭК рецензии;
- ответы студента на замечания рецензента.

Продолжительность защиты одной выпускной квалификационной работы не должна превышать 20 минут.

Результаты защиты выпускной квалификационной работы объявляются в тот же день после оформления в установленном порядке протоколов заседаний экзаменационной комиссии.

Результаты защиты выпускной квалификационной работы определяются оценками «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

Критерии оценки результатов защиты ВКР

Оценка	Критерии оценки результатов защиты ВКР
<i>«отлично»</i>	Оценка «отлично» выставляется студенту, если он выполнил ВКР с полным соблюдением основных стандартов подготовки; показал в устном ответе прочные знания в области рекламы и связей с общественностью и в конкретной сфере исследования; исчерпывающе и последовательно ответил на вопросы, связав теорию рекламы и связей с общественностью с практикой; презентация доклада была выполнена и представлена на основе безупречного владения современными технологиями; график выполнения ВКР полностью соблюдался; отзыв научного руководителя говорит о высоком уровне выполнения ВКР.
<i>«хорошо»</i>	Оценка «хорошо» выставляется студенту, если он выполнил ВКР с соблюдением основных стандартов подготовки; показал в устном ответе прочные знания в области рекламы и связей с общественностью и в конкретной сфере исследования; достаточно полно ответил на вопросы, связав теорию рекламы и связей с общественностью с практикой;

	презентация доклада была выполнена и представлена на основе владения современными технологиями; график выполнения ВКР соблюдался; отзыв научного руководителя говорит о хорошем уровне выполнения ВКР.
«удовлетворительно»	Оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если он выполнил ВКР, в основном соблюдая стандарты подготовки; показал в устном ответе знания в области рекламы и связей с общественностью и в конкретной сфере исследования; ответил на ряд вопросов, связав рекламу и связей с общественностью с практикой, но не ответил на некоторые вопросы; презентация доклада была представлена, но с рядом ошибок; график выполнения ВКР в основном соблюдался; отзыв научного руководителя говорит об удовлетворительном уровне выполнения ВКР.
«неудовлетворительно»	Оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, если он выполнил ВКР с нарушением стандартов подготовки; показал в устном ответе слабые знания в области рекламы и связей с общественностью и в конкретной сфере исследования; не ответил на большинство вопросов; презентация доклада не была представлена; график выполнения ВКР нарушался; отзыв научного руководителя говорит о низком уровне выполнения ВКР.

Рекомендуемая литература и информационно-методическое обеспечение

Основная литература

(электронные и печатные издания)

1. Блюмин, А.М. Информационный консалтинг. Теория и практика консультирования: Учебник / А.М. Блюмин. – М.: Дашков и Ко, 2013. – 364 с. http://e.lanbook.com/books/element.php?pl1_id=5633
2. Загородников, А.Н. Управление общественными связями в бизнесе / А.Н. Загородников. – М.: КноРус, 2014. – 288 с. http://e.lanbook.com/books/element.php?pl1_id=53571
3. Короткова, Т.Л. Исследования в менеджменте: пособие для магистров: Учебное пособие / Т.Л. Короткова. - М.: КУРС: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 256 с.: 60x90 1/16. (переплет) ISBN 978-5-905554-25-4, 300 экз. <http://znanium.com/bookread2.php?book=450948>
4. Меликян, О.М. Поведение потребителей / О.М. Меликян. – М.: Дашков и Ко, 2014. – 280 с. http://e.lanbook.com/books/element.php?pl1_id=56272

5. Тебекин, А.В. Менеджмент организации / А.В. Тебекин, Б.С. Касаев. – М.: КноРус, 2014. – 420 с. http://e.lanbook.com/books/element.php?pl1_id=53465
6. Теория антикризисного менеджмента / А.Н. Ряховская - М.: Магистр, НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 624 с.: 60x90 1/16. - (Переплёт 7БЦ) ISBN 978-5-9776-0352-2, 300 экз. <http://znanium.com/bookread2.php?book=504884>
7. Шарков, Ф. И. Интерактивные электронные коммуникации (возникновение “Четвертой волны”) [Электронный ресурс] : Учебное пособие / Ф. И. Шарков. - 2-е изд. - М. : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2012. - 260 с. <http://znanium.com/bookread2.php?book=415250>
8. Шувалов, И.И. Глобализация и интеграционные процессы в Азиатско-Тихоокеанском регионе (прав. и эконом. исслед.): Моногр. / И.И.Шувалов, А.Я.Капустин; Под ред. Т.Я.Хабриевой - М.: НИЦ ИНФРА-М: ИЗиСП, 2014 - 333с.: 60x90 1/16. (п) ISBN 978-5-16-009870 -8, 500 экз. <http://znanium.com/bookread2.php?book=460543>
9. Карпова, С.В. Международная реклама: учебник и практикум для академического бакалавриата / С. В. Карпова ; Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации. – М.: Юрайт, 2015. 473 с.
10. Шарков, Ф.И. Интегрированные коммуникации: массовые коммуникации и медиапланирование : учебник / Ф. И. Шарков, В. Н. Бузин ; под общ. ред. Ф. И. Шаркова. – М.: Дашков и Ко, 2015. 485 с.
11. Шарков, Ф.И. Интегрированные коммуникации : правовое регулирование в рекламе, связях с общественностью и журналистике : учебное пособие для вузов / Ф. И. Шарков ; Международная академия бизнеса и управления, Институт современных коммуникационных систем и технологий. – М.: Дашков и К°, Изд-во Шаркова, 2014. 333 с.
12. Чумиков А. Н. Реклама и связи с общественностью : Имидж, репутация, бренд : учебное пособие для вузов / А. Н. Чумиков. – М.: Аспект Пресс, 2014. 159 с.

Дополнительная литература:

1. Абызов, А.Г. Методы социологических и прикладных исследований / А.Г. Абызов, Е.Г. Мельников. - ИЭО СПбУУиЭ (Институт электронного обучения Санкт-Петербургского университета управления и экономики), 2011. – 173 с.
2. Алексеев, И.С. Внешнеэкономическая деятельность / И. С. Алексеев. – М.: Дашков и Ко, 2012.С. 378.
3. Бацун, Н.В. Менеджмент в рекламе : учебное пособие для вузов / Н. В. Бацун ; Иркутский государственный технический университет. – М.: РИОР ИНФРА-М, 2010. 176 с.
4. Бизнес и власть в России: теория и практика взаимодействия / науч. ред. и рук. авт. колл. А. Н. Шохин. М.: НИУ ВШЭ, 2011. 352 с.
5. Большакова, Ю.М. Внутрикorporативные коммуникации: стратегии и практики реализации / Ю.М. Большакова // Корпоративное управление и инновационное развитие экономики севера: вестник научно-исследовательского центра корпоративного права, управления и венчурного инвестирования сыктывкарского государственного университета. – 2013. - №4. – С. 132-140.
6. Быков И. А., Дорский А. Ю. GR в Санкт-Петербурге: состояние, проблемы и перспективы // Медиаскоп. 2014. - № 2. – С.32 – 45.
7. Быков И. А., Филатова О. Г. Government Relations: Современные теоретические подходы и практические решения // Средства массовой информации в современном мире. Петербургские чтения: матер. 52-й междунар. науч.-практ. конф. / отв. ред.-сост. С. Г. Корконосенко. СПб.: СПбГУ, 2013. С. 137-140.
8. Герасимов, Б.Н. Разработка технологии процесса управления прикладными исследованиями предприятия / Б.Н. Герасимов, Н.А. Новикова // Вестник Поволжского государственного института сервиса, серия: экономика. - Издательство: Поволжский государственный университет сервиса (Тольятти). – 2015. - №1 (39). – С. 117-124.

9. Герасимов, В.М. Общественное мнение: ценности и оценки электорального поведения [Электронный ресурс]: Монография / В. М. Герасимов, К. А. Иваненко. — М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2014. — 224 с.

10. Государственно-частное партнерство: теория и практика/ В.Г.Варнавский, А.В.Клименко, В.А.Королев и др.; Гос. Ун-т – Высшая школа экономики. – М.: Изд.дом Гос. Ун-та – Высшей школы экономики, 2010.

11. Дмитриева, Л. М. Социальная реклама [Электронный ресурс]: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Реклама» и «Связи с общественностью» / [Л. М. Дмитриева и др.]; под ред. Л. М. Дмитриевой. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012. - 271 с.

12. Загвязинский, В.И. Качественные и количественные методы психологических и педагогических исследований: учебник для вузов – М.: Академия, 2015.

13. Зинченко, В.Г. Словарь по межкультурной коммуникации. Понятия и персоналии / В.Г. Зинченко, В.Г. Зусман. – М.: Флинта, 2010. – 136 с.

14. Интернет-коммуникация как новая речевая формация [Электронный ресурс]: колл. монография / науч. ред. Т. Н. Колокольцева, О. В. Лутовинова. — М.: ФЛИНТА: Наука, 2012. — 328 с.

15. Инфраструктура предпринимательской деятельности: учебное пособие / Дальневосточный федеральный университет, Школа экономики и менеджмента; [сост. И. Н. Дроздов]. – Владивосток: Изд-во Дальневосточного федерального университета, 2013. 207 с.

16. Исламшина, Т.Г. Количественный и качественный методы в научно-квалификационном исследовании / Т.Г. Исламшина, Г.Р. Хамзина // Вестник экономики, права и социологии. - ООО Информационно-аналитический центр Эксперт (Казань). – 2012. - №1 – С. 329-331.

17. Кметь, Е.Б. Исследования, предшествующие планированию рекламной деятельности российской компаний на рынке стран АТР / Е.Б.

Кметь // Научные труды SWORLD. – ООО «Научный мир». – 2012. - №2. – С. 91-96. <http://elibrary.ru/item.asp?id=17828442>

18. Кметь, Е.Б. Исследования, предшествующие планированию рекламной деятельности российской компаний на рынке стран АТР / Е.Б. Кметь // Научные труды SWORLD. – ООО «Научный мир». – 2012. - №2. – С. 91-96.

19. Козлова, Н.П. Особенности формирования деловой репутации современной компании: Монография / Н. П. Козлова. — М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2014. 376 с.

20. Кузнецов, П. А. Копирайтинг & спичрайтинг. Эффективные рекламные и PR-технологии / П. А. Кузнецов.- М.: Дашков и Ко, 2015. 259 с.

21. Лайкер, Дж. Корпоративная культура Toyota: Уроки для других компаний [Электронный ресурс] / Джеффри Лайкер, Майкл Хосеус; Сокр. пер. с англ. - Альпина Паблишерз, 2014. - 354 с. <http://znanium.com/bookread2.php?book=519787>

22. Ларионова, И.А. Реклама в коммерческой деятельности. Учебное пособие / И.А. Ларионова. – М.: МИСИС, 2012. – 81 с.

23. Музыкант, В.Л. Брендинг: Управление брендом: Учебное пособие / В.Л. Музыкант. - М.: ИЦ РИОР: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 316 с.

24. Новые идеи в теории и практике коммуникации: сборник / Санкт-Петербургский государственный университет (СПб.), Факультет журналистики: Кафедра теории коммуникации ; ред. С. Н. Большаков. - СПб. : СПбГУ, 2011. - 175 с.

25. Почебут, Л. Г. Кросс-культурная и этническая психология : [учебное пособие] / Л. Г. Почебут. - Санкт-Петербург: Питер, 2012, 334 с.

26. Сальникова, Л.С. Управление репутацией / Л.С. Сальникова. – М.: МГИМО, 2012. – 80 с.

27. Студеникин, Н. PR-защита бизнеса в корпоративных войнах. Практикум победителя / Николай Студеникин. — М.: Альпина Паблишерз, 2014. - 386 с.

28. Усова В.В. Рекламная и маркетинговая поддержка нового товара при выводе на российский рынок / Интернет-журнал \"Науковедение\", Вып. 2 (21), 2014.

29. Функциональный и интернет-маркетинг: Монография / О.С. Сухарев, Н.В. Курманов, К.Р. Мельковская. - М.: КУРС: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 352 с.

30. Чумиков, А.Н. Государственный PR: связи с общественностью для государственных организаций и проектов: Учебник / А.Н.Чумиков, М.П.Бочаров. -М.: НИЦ Инфра-М, 2013. - 329 с.

Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети

«Интернет»

1. Библиотека Гумер. – Режим доступа: <http://www.gumer.info/>
2. Московская школа конфликтологии. - Режим доступа: <http://conflictmanagement.ru/>
3. Научная электронная библиотека «КиберЛенинка». – Режим доступ: <http://cyberleninka.ru/>
4. Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU. – Режим доступа: <http://elibrary.ru/defaultx.asp>