



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования
«Дальневосточный федеральный университет»
(ДВФУ)

ШКОЛА ИСКУССТВ И ГУМАНИТАРНЫХ НАУК

**УТВЕРЖДАЮ**
Директор Школы
искусств и гуманитарных наук
Ф.Е. Ажимов
«18» июня 2019 г.

ПРОГРАММА

Государственной итоговой аттестации

НАПРАВЛЕНИЕ ПОДГОТОВКИ

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Программа бакалавриата

Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере

Квалификация выпускника – бакалавр

Форма обучения: *очная*

Нормативный срок освоения программы

(очная форма обучения) *4 года*

Владивосток
2019

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Программа государственной итоговой аттестации выпускников по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью разработана в соответствии с требованиями образовательного стандарта (ОС) высшего образования (ВО) ОС ВО ДВФУ от 21.10.2016 № 12-13-2030.

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:

- 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.;

- рекламные и коммуникационные агентства, ориентированные на работу в сфере рекламы и связей с общественностью в коммерческой сфере.

Виды профессиональной деятельности, к которым готовятся выпускники, освоившие программу бакалавриата:

- организационно-управленческая;
- рыночно-исследовательская;
- прогнозно-аналитическая.

Выпускник бакалавриата по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (Профиль подготовки «Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере») в соответствии с видом (видами) профессиональной деятельности, на который (которые) ориентирован профиль подготовки, готов решать следующие профессиональные задачи:

организационно-управленческая деятельность:

участие в управлении, планировании и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы и организации;

участие в формировании эффективных внутренних коммуникаций, создании благоприятного психологического климата в коллективе;

рыночно-исследовательская и прогнозно-аналитическая деятельность:

участие в организации и проведении маркетинговых и социологических исследований;

написание аналитических справок, обзоров и прогнозов.

2.2. Для решения профессиональных задач выпускник:

- изучает специальную литературу и другую научно-практическую информацию, достижения отечественной и зарубежной науки и практики в области рекламы и связей с общественностью;

- участвует в проведении научных исследований или выполнении коммуникативных разработок в области рекламы и связей с общественностью в коммерческой и государственно-муниципальной деятельности;

- осуществляет сбор, обработку, анализ и систематизацию информации по теме (заданию);
- составляет отчеты (разделы отчета) по теме или ее разделу (этапу, заданию);
- выполняет работы в области научно-исследовательской и информационно-аналитической и прогнозно-аналитической деятельности по информационному обслуживанию, организации компании;
- изучает и анализирует необходимую информацию, данные, результаты проведенной работы, обобщает и систематизирует их с использованием современных технических средств;
- участвует в составлении графиков работ, оформлении заказов, заявок, а также установленной отчетности по утвержденным формам;
- оказывает методическую и практическую помощь при реализации проектов и программ, планов и договоров;
- способствует развитию творческой инициативы, рационализации, изобретательства, внедрению достижений отечественной и зарубежной науки, техники и технологии, использованию передового опыта, обеспечивающих эффективную коммуникацию предприятия, учреждения, организации.

2.3. Выпускник по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (Профиль подготовки «Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере»), в соответствии с задачами профессиональной деятельности и целями основной образовательной программы должен обладать следующими общекультурными компетенциями:

- способностью к самосовершенствованию и саморазвитию в профессиональной сфере, к повышению общекультурного уровня (ОК-1);
- готовностью интегрироваться в научное, образовательное, экономическое, политическое и культурное пространство России и АТР (ОК-2);
- способностью проявлять инициативу и принимать ответственные

решения, осознавая ответственность за результаты своей профессиональной деятельности (ОК-3);

способностью творчески воспринимать и использовать достижения науки, техники в профессиональной сфере в соответствии с потребностями регионального и мирового рынка труда (ОК-4);

способностью использовать современные методы и технологии (в том числе информационные) в профессиональной деятельности (ОК-5);

способностью понимать, использовать, порождать и грамотно излагать инновационные идеи на русском языке в рассуждениях, публикациях, общественных дискуссиях (ОК-6);

владением иностранным языком в устной и письменной форме для осуществления межкультурной и иноязычной коммуникации (ОК-7);

способностью использовать основы философских знаний для формирования мировоззренческой позиции (ОК-8);

способностью анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции (ОК-9);

способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности (ОК-10);

способностью использовать основы правовых знаний в различных сферах жизнедеятельности (ОК-11);

способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия (ОК-12);

способностью работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОК-13);

способностью к самоорганизации и самообразованию (ОК-14);

способностью использовать методы и средства физической культуры для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности (ОК-15);

ГОТОВНОСТЬЮ ПОЛЬЗОВАТЬСЯ ОСНОВНЫМИ МЕТОДАМИ ЗАЩИТЫ производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий (ОК-16).

Выпускник, освоивший программу бакалавриата, должен обладать общепрофессиональными компетенциями (ОПК):

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

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

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

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

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

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

Выпускник, освоивший программу бакалавриата, должен обладать профессиональными компетенциями:

организационно-управленческая деятельность:

способностью принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы и организации, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа организации, продвижению товаров и услуг фирмы на рынок, оценивать эффективность рекламной

деятельности и связей с общественностью (ПК-1);

владением навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы (ПК-2);

владением навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами (ПК-3);

рыночно-исследовательская и прогнозно-аналитическая деятельность:

способностью проводить маркетинговые исследования (ПК-9);

способностью организовывать и проводить социологические исследования (ПК-10);

способностью владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов (ПК-11);

способностью владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов (ПК-12);

способностью анализировать современный рекламный рынок Дальнего Востока России стран АТР, собирать и обобщать информацию, касающуюся его деятельности (ПК-13);

способностью прогнозировать и оценивать результативность бизнес-проектов в сфере рекламных коммуникаций с опорой на коммуникационные принципы современных СМК и социально-психологических механизмах убеждения (ПК-14).

Показатели и критерии оценивания компетенций и шкалы 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	ОК-1	УО-3 Доклад в форме защиты положений ВКР
2	ОК-2	УО-3 Доклад в форме защиты положений ВКР
3	ОК-3	УО-3 Доклад в форме защиты положений ВКР
4	ОК-4	УО-3 Доклад в форме защиты положений ВКР
5	ОК-5	УО-3 Доклад в форме защиты положений ВКР
6	ОК-6	УО-3 Доклад в форме защиты положений ВКР
7	ОК-7	УО-3 Доклад в форме защиты положений ВКР
8	ОК-8	УО-3 Доклад в форме защиты положений ВКР
9	ОК-9	УО-3 Доклад в форме защиты положений ВКР
10	ОК-10	УО-3 Доклад в форме защиты положений ВКР
11	ОК-11	УО-3 Доклад в форме защиты положений ВКР
12	ОК-12	УО-3 Доклад в форме защиты положений ВКР
13	ОК-13	УО-3 Доклад в форме защиты положений ВКР

14	ОК-14	УО-3 Доклад в форме защиты положений ВКР
15	ОК-15	УО-3 Доклад в форме защиты положений ВКР
16	ОК-16	УО-3 Доклад в форме защиты положений ВКР
17	ОПК-1	УО-3 Доклад в форме защиты положений ВКР
18	ОПК-2	УО-3 Доклад в форме защиты положений ВКР
19	ОПК-3	УО-3 Доклад в форме защиты положений ВКР
20	ОПК-4	УО-3 Доклад в форме защиты положений ВКР
21	ОПК-5	УО-3 Доклад в форме защиты положений ВКР
22	ОПК-6	УО-3 Доклад в форме защиты положений ВКР
23	ПК-1	УО-3 Доклад в форме защиты положений ВКР
24	ПК-2	УО-3 Доклад в форме защиты положений ВКР
25	ПК-3	УО-3 Доклад в форме защиты положений ВКР
26	ПК-9	УО-3 Доклад в форме защиты положений ВКР
27	ПК-10	УО-3 Доклад в форме защиты положений ВКР
28	ПК-11	УО-3 Доклад в форме защиты положений ВКР
29	ПК-12	УО-3 Доклад в форме защиты положений ВКР

30	ПК-13	УО-3 Доклад в форме защиты положений ВКР
31	ПК-14	УО-3 Доклад в форме защиты положений ВКР

Критерии оценивания компетенций

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции		критерии	показатели
ОК-1 – способность к самосовершенствованию и саморазвитию в профессиональной сфере, к повышению общекультурного уровня	Знает (пороговый уровень)	Основные понятия области рекламы и связей с общественностью	Знание основных понятий рекламы и связей с общественностью	Способность дать определения основных понятий области рекламы и связей с общественностью в ВКР
	Умеет (продвинутый)	Самостоятельно обучаться новым методам исследования, определять логику проведения научного исследования относительно оценки собственной деятельности	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 при подготовке ВКР, способность обосновать объективность применения изученных результатов в качестве доказательства или опровержения исследовательских аргументов, способность применять методы научных исследований для нестандартного решения поставленных задач ВКР
	Владеет (высокий)	Инструментами и методами проведения научных исследований	Владение терминологией области рекламы и связей с общественностью, владение способностью сформулировать задание по научному исследованию, четкое понимание требований, предъявляемых к содержанию и последовательности исследования, владение инструментами представления результатов научных исследований	Способность бегло и точно применять терминологический аппарат предметной области исследования в устных ответах на вопросы и в ВКР, способность проводить самостоятельные исследования и представлять их результаты на обсуждение на круглых столах, диспутах, семинарах, научных конференциях.

ОК-2 готовность интегрироваться в научное, образовательное, экономическое, политическое и культурное пространство России и АТР	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 (продвинутый)	критически воспринимать, анализировать и оценивать информацию о научном, образовательном, экономическом, политическом и культурном пространстве России и АТР	Умение аналитически работать с литературой по курсу, систематизировать полученную информацию, проводить сравнительный анализ найденной информации с достижениями ученых РФ и стран АТР	Способность в ВКР последовательно, грамотно и оценочно изложить аргументы, приведенные исследователями России 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
ОК-3 способность проявлять инициативу и принимать ответственные решения, осознавая ответственность за результаты своей профессиональной деятельности	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 том числе о результатах новейших исследований отечественных и зарубежных исследователей, для решения	умение работать с электронными базами данных и библиотечными каталогами, умение применять изученные методы сбора, обобщения и анализа 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 информации; способность найти труды учёных и обосновать объективность применения изученных результатов научных исследований в качестве доказательства или опровержения аргументов по

		конкретных теоретических и практических задач		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.
ОК-4 способность творчески воспринимать и использовать достижения науки, техники в профессиональной сфере в соответствии с потребностями и регионального и мирового рынка	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
ОК-5 способность использовать современные методы и технологии (в том числе информационные)	знает (пороговый уровень)	Основные современные методы и технологии (в том числе информационные) в рекламе и связях с общественностью	знание современных методов и технологии (в том числе информационные) в рекламе и связях с общественностью	Способность перечислить основные современные методы и технологии (в том числе информационные) в рекламе и связях с общественностью в выполненной ВКР

ные) в профессиональной деятельности	умеет (продвинутый)	использовать основные современные методы и технологии (в том числе информационные) 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 современных методов и технологий (в том числе информационные)	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
	владеет (высокий)	практическими навыками творческой обработки и применения современных методов и технологий (в том числе информационные) в рекламе и связях с общественностью	владение практическими навыками творческой обработки и применения современных методов и технологий (в том числе информационные) в профессиональной сфере	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
ОК-6 способность понимать, использовать, порождать и грамотно излагать инновационные идеи на русском языке в рассуждениях, публикациях, общественных дискуссиях	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
	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	- способность написать текст по любому запросу, четко придерживая теоретических правил и бизнес-схем; - способность поддерживать 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	- способность четко определить возможность и необходимость использования различных инновационных инструментов и технологий для каждого из видов рекламного и PR-текста в ВКР
ОК-7 владение иностранным языком в устной и письменной форме для осуществления межкультурной и иноязычной коммуникации	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, в	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

		том числе в профессиональной сфере		
ОК-8: способность использовать основы философских знаний для формирования мировоззренческой позиции	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.
ОК-9: способность анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции	знает (пороговый уровень)	закономерности и этапы исторического процесса, основные исторические факты, даты, события и имена исторических деятелей России; основные события и процессы отечественной истории в контексте мировой истории	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.	- способность назвать основные тенденции развития мировой истории и истории России, особенные и общие черты в сравнении с мировыми тенденциями, основные исследовательские подходы к изучению истории России, основные дискуссионные проблемы истории России.
	умеет	критически	умение аналитически	- способность

	(продвину тый)	воспринимать, анализировать и оценивать историческую информацию, факторы и механизмы исторических изменений	работать с литературой по курсу, систематизировать полученную информацию	последовательно, грамотно и оценочно изложить аргументы, приведенные в литературе
	владеет (высокий)	навыками анализа причинно- следственных связей в развитии российского государства и общества; места человека в историческом процессе и политической организации общества; навыками уважительного и бережного отношения к историческому наследию и культурным традициям России.	владение общенаучными методами в изучении истории России; владение навыками ведения дискуссии, навыками публичного выступления	- способность сформулировать и аргументировать собственную позицию по рассматриваемым проблемам; - способность объяснить значимость процессов и явлений истории России для современного развития России
ОК-10: способность использовать основы экономическ их знаний в различных сферах жизнедеятель ности	знает (порогов ый 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 (продвину тый)	собирать, обобщать и анализировать необходимую экономическую информацию, в том числе о результатах новейших исследований отечественных и зарубежных экономистов по экономическим проблемам, для решения	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

		конкретных теоретических и практических задач		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.
ОК-11: способность использовать основы правовых знаний в различных сферах жизнедеятельности	знает (пороговый уровень)	основы теории государства и права и современное состояние российского законодательства.	знание основ теории государства и права и современное состояние российского законодательства	- 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	- 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.
ОК-12: способность к коммуникации и в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия	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	умение устно и письменно излагать свои предположения и идеи на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и	способность устно и письменно излагать свои предположения и идеи на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и

		русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия	межкультурного взаимодействия	межкультурного взаимодействия
	владеет (высокий)	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	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
ОК-13: способность работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия	знает (пороговый уровень)	объектную и предметную области теории коммуникации, место толерантности в науках о человеке, культуре и обществе; особенности межкультурной коммуникации; глобальные проблемы современности с точки зрения социума, этноса, конфессии и пр.	знание объектной и предметной области теории коммуникации, места толерантности в науках о человеке, культуре и обществе; особенностей межкультурной коммуникации; глобальных проблемы современности с точки зрения социума, этноса, конфессии	– способность раскрыть сущность объектной и предметной области теории коммуникации; – способность обозначить место толерантности в науках о человеке, культуре и обществе; – способность раскрыть глобальные проблемы современности с точки зрения социума, этноса, конфессии
	умеет (продвинутый)	узнавать характерные варианты культурной динамики; классифицировать конкретные культуры по типам; использовать полученные знания в общении с представителями различных культур, учитывая особенности этнокультурного,	умение узнавать характерные варианты культурной динамики; классифицировать конкретные культуры по типам; использовать полученные знания в общении с представителями различных культур, учитывая особенности этнокультурного, конфессионального, социального контекста	способность узнавать характерные варианты культурной динамики; способность классифицировать конкретные культуры по типам; способность использовать полученные знания в общении с представителями различных культур, учитывая особенности этнокультурного, конфессионального, социального контекста

		конфессионального, социального контекста		
	владеет (высокий)	методами и приёмами общения с представителями различных культур, учитывая особенности этнического, конфессионального, социального контекста; культурой диалога; навыками письменно и устно оформлять результаты мыслительной деятельности	владение методами и приёмами общения с представителями различных культур, учитывая особенности этнического, конфессионального, социального контекста; культурой диалога; навыками письменно и устно оформлять результаты мыслительной деятельности	способность применять методы и приёмы общения с представителями различных культур, учитывая особенности этнического, конфессионального, социального контекста; способность выстраивать диалог; способность письменно и устно оформлять результаты мыслительной деятельности
ОК-14: способность к самоорганизации и самообразованию	знает (пороговый уровень)	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.	знание предметной области рекламы и связей с общественностью. знание теоретических основ самостоятельной работы. знание основ работы с базами данных и информационными источниками сети Интернет.	– 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.
	умеет (продвинутый)	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	умение проявлять самостоятельность в обучении. умение самостоятельно анализировать интернет источники и результаты исследований. умение публично представлять результаты самостоятельной работы.	– 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;

		источники и результаты исследований ведущих исследовательских организаций; формулировать результат самостоятельной работы; публично представлять результаты самостоятельной работы.		– способность готовить выступления; умеет публично представлять и защищать результаты 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.	<p>владение навыками самостоятельной работы.</p> <p>владение навыками анализа и систематизации исследований.</p> <p>владение способностью формулировать и представлять результат самостоятельной работы.</p>	<p>– способность владеть навыками самоорганизации и самообразования;</p> <p>– владеть навыками планирования рабочего времени;</p> <p>– владеть навыками анализа результатов исследований;</p> <p>– владеть навыками систематизации результатов конфликтологических исследований;</p> <p>– владеть навыками обобщения результатов конфликтологических исследований;</p> <p>владеет навыками представления результатов самостоятельной работы.</p>
ОК-15: способность использовать методы и средства физической культуры 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 информационного 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
ОК-16:	знает	Основные методы	Знание основных методов	Может перечислить

готовностью пользоваться основными методами защиты производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий	(пороговый уровень)	защиты производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий	защиты производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий	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 осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах	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	знание содержания теоретических и эмпирических подходов в сфере рекламы и связей с общественностью, методов управления коммуникациями с опорой на современные информационные технологии.	- 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

		сферах жизни;		
	Умеет (продвину- тый уро- вень)	Изучать и ана- лизировать ситу- ации в рекламе и связях с общественностью; применять в ситуации взаимодействия научно обоснованные стратегии пове- дения; устанавли- вать благо- приятные меж- личностные от- ношения с общественностью	умение определять и оцени- вать проблемы в сфере рекламы и связей с общественностью и полностью учитывает со- временные подходы, в том числе и использует со- временные ин- формационные технологии	- способность: - интерпретировать элементы и особенности теоретических концепций рекламы и связей с общественностью; - интерпретировать сведения, полученные в результате про- веденного исследования; - составлять план проведения исследований с использова- нием современных методов и информационных технологий
	Владеет (высокий уровень)	Навыками тео- ретического анализа содер- жания концепций рекламы и связей с общественностью, выявления и оценки ситуаций в процессе социаль- ного взаимодей- ствия; умением анализа кон- фликтов между субъектами со- циального взаи- модействия и поиска вариантов разрешения конфликтных ситуаций; навыками при- нятия решений; умением находить информацию в разнообразных источниках и обрабатывать ее с помощью компью-	владение системной мето- дикой использования совре- менных информационных технологий, направленных на решение проблем в сфере рекламы и связей с общественностью	способность: - владеть навыками объ- яснения особенностей теоретических рекламы и связей с общественностью; - владеть навыками кор- ректной критики теоретических позиций пред- ставите- лей рекламы и связей с общественностью; - владеть навыками дискуссии о корректных методах проведения исследования; - владеть навыками раз- работки концепции проведения исследования с использованием современных методов и информационных технологий; - владеть навыками про- гнозирования по результатам проведенного исследования

		терных технологий		
ОПК-2 - владением знаниями и навыками работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью	Знает	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 постановке цели и выбору путей ее достижения	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	- 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
	Умеет	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	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
ОПК-3 обладанием базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга	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 понимать тексты; видеть связь текста с жизненными проблемами человека, выстраивать социальные взаимодействия с учетом этнокультурных и конфессиональных различий	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 рекламе и связях с общественностью
	Владеет (высокий)	навыками применения законов, принципов, категорий копирайтинга для логико-методологического анализа текста; использования научного языка и научной	владение категориями, научной терминологией, аргументировано построенной письменной речью	- способность владеть терминологией; - способность использовать литературный язык

		терминологии; обладать грамотной, логически верно и аргументировано построенной устной и письменной речью, основами речевой профессиональной культуры		
ОПК-4 умение планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия	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, выделять теоретические, прикладные, ценностные аспекты социальных, гуманитарных наук, 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 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 умением проводить под контролем коммуникаци онные кампании и мероприятия	знает (порогов ый 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 (продвину тый)	анализировать коммуникационны е 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 систематизирован ных теоретических и практических знаний в области рекламы и связей с общественностью при решении социальных и профессиональны х задач	владение терминологией в области 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-6 способность ую решать стандартные задачи профессиона льной деятельности на основе информацион ной и библиографи ческой культуры с применением информацион но- коммуникаци онных технологий и с учетом основных	знает (порогов ый уровень)	основные этапы и тенденции развития рекламы и связей с общественностью; важнейшие характеристики и профессиональной деятельности на основе информационной и библиографическо й культуры с применением информационно- коммуникационны х технологий и с учетом основных требований информационной безопасности	знание основных этапов и тенденций развития процессов в рекламе и связях с общественностью; профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно- коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности	- способность дать определение основных этапов и тенденций развития рекламы и связей с общественностью; важнейших характеристик и свойств профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно- коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности, особенностей.

требований информационной безопасности	умеет (продвинутый)	использовать теоретические знания для анализа актуальных социальных и других аспектов в сфере рекламы и связей с общественностью, устанавливать взаимосвязи и взаимозависимости; решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности	умение использовать теоретические знания для анализа актуальных социальных и других аспектов в сфере рекламы и связей с общественностью, решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности	- способность использовать теоретические знания для анализа актуальных социальных и других аспектов в сфере рекламы и связей с общественностью, решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности.
	владеет (высокий)	навыками самостоятельной научно-исследовательской работы по изучению ситуаций в сфере рекламы и связей с общественностью, использования теоретических знаний для организации научно-практических исследований.	владение навыками самостоятельной научно-исследовательской работы по изучению ситуаций в сфере рекламы и связей с общественностью, использования теоретических знаний для организации научно-практических исследований; основными методиками и технологиями.	- Способность уверенно использовать навыки самостоятельной научно-исследовательской работы по изучению ситуаций в сфере рекламы и связей с общественностью, использования теоретических знаний для организации научно-практических исследований; основными методиками и технологиями.

<p>ПК-1 способность ую принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественно стью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественно стью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективнос ть рекламной деятельности и связей с общественно стью</p>	<p>знает (порогов ый уровень)</p>	<p>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</p>	<p>знание об особенностях и основных характеристиках управлении 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.</p>	<p>- 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>
<p>ую 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 общественно стью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективнос ть рекламной деятельности и связей с общественно стью</p>	<p>умеет (продвину тый)</p>	<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</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>

		адаптировать информацию; применять на практике методики и техники эмпирических исследований.		
	владеет (высокий)	навыками участия 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	владение навыками организации и осуществления исследований в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью; умением 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, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью	- способность уверенно применять навыки организации и осуществления исследований в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью; - способность 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 владением навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы	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 междисциплинарн	знание об основных категориях социальных и гуманитарных наук, основных направлениях и подходах к изучению организации и оперативному планированию своей деятельности и 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 и деятельности фирмы

		ого анализа организации		
	умеет (продвинутый)	использовать категориальный аппарат социально-гуманитарных наук для анализа и планирования своей деятельности и деятельности фирмы; применять основные правила междисциплинарного анализа к и планированию своей деятельности и деятельности фирмы; выделять основные причины и факторы, обуславливающие и свою деятельность и деятельность фирмы.	умение использовать категориальный аппарат социально-гуманитарных наук для анализа и планирования своей деятельности и деятельности фирмы; применять основные правила междисциплинарного анализа к планированию своей деятельности и деятельности фирмы; выделять основные причины и факторы, обуславливающие и свою деятельность и деятельность фирмы.	- способность использовать категориальный аппарат социально-гуманитарных наук для анализа и планирования своей деятельности и деятельности фирмы; - способность применять основные правила междисциплинарного анализа к изучению планированию своей деятельности и деятельности фирмы; - способность выделять 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	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.

		и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы		
ПК-3 владением навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами	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)	<p>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.</p>	<p>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.</p>	<p>- 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.</p>
ПК-10 способность проводить маркетинговые исследования	знает (пороговый уровень)	<p>основные технологии подготовки и проведения маркетинговых исследований; особенности маркетинговых и социологических исследований, их различия, способы комплексного исследования рынка товаров и услуг в РФ, технологию проведения количественных и качественных исследований на предприятиях, технологию исследования возможностей предприятия, формы первичного исследования в рекламе и PR</p>	<p>знание об основных технологиях подготовки и проведения маркетинговых исследований; особенности маркетинговых и социологических исследований, их различия, способы комплексного исследования рынка товаров и услуг в РФ, технологию проведения количественных и качественных исследований на предприятиях, технологию исследования возможностей предприятия, формы первичного исследования в рекламе и PR</p>	<p>- способность дать определение основных технологий подготовки и проведения маркетинговых исследований; особенности маркетинговых и социологических исследований, их различия, определять способы комплексного исследования рынка товаров и услуг в РФ, характеризовать технологию проведения количественных и качественных исследований на предприятиях, анализировать технологию исследования возможностей предприятия, формы первичного исследования в рекламе и PR</p>
	умеет (продвинутый)	<p>анализировать основные технологии подготовки и проведения маркетинговых исследований; определять особенности</p>	<p>умение анализировать технологии подготовки и проведения маркетинговых исследований; определять особенности маркетинговых и социологических исследований, их различия,</p>	<p>- способность анализировать технологии подготовки и проведения маркетинговых исследований, выбирать эффективные технологии их проведения; - способность определять цели и задачи маркетинговых и социологических</p>

		<p>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.</p>	<p>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.</p>	<p>исследований; - способность оценивать результаты проведения количественных и качественных исследований на предприятиях.</p>
	<p>владеет (высокий)</p>	<p>знаниями об особенностях технологий подготовки и проведения маркетинговых исследований, развитыми 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>владение знаниями об особенностях технологии подготовки и проведения маркетинговых исследований, развитыми 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>- способность уверенно использовать знания об особенностях технологий подготовки и проведения маркетинговых исследований, - развитыми навыками их анализа и оценки; - практическими навыками проведения количественных и качественных исследований на предприятиях.</p>

ПК-11 способность организовывать и проводить социологические исследования	знает (пороговый уровень)	основные элементы планирования и организации социологических исследований; принципы поиска необходимых данных с помощью информационных технологий; методы прикладных исследований применительно к рынку товаров и услуг, а также определенному предприятию.	знание об основных элементах планирования и организации социологических исследований; определение принципов поиска необходимых данных с помощью информационных технологий; характеристика методов прикладных исследований применительно к рынку товаров и услуг, а также определенному предприятию.	способность дать: - определение основным элементам планирования и организации социологических исследований; - определение принципов поиска необходимых данных с помощью информационных технологий; - характеристику методов прикладных исследований применительно к рынку товаров и услуг, а также определенному предприятию.
	умеет (продвинутый)	анализировать и применять принципы планирования и организации социологических исследований; ориентироваться в различиях между социологическими и маркетинговыми исследованиями, производить выбор методов в зависимости от цели исследования, проводить качественное и количественное исследование на предприятии, анализировать возможности предприятия, воспринимать, обобщать и анализировать полученную в качественного или количественного исследования информацию	умение анализировать принципы планирования и организации социологических исследований; выявлять и ориентироваться в различиях между социологическими и маркетинговыми исследованиями; производить выбор методов в зависимости от цели исследования, проводить качественное и количественное исследование на предприятии, анализировать возможности предприятия, воспринимать, обобщать и анализировать полученную в качественного или количественного исследования информацию;	- способность анализировать и применять принципы планирования и организации социологических исследований в конкретной ситуации; - способность выявлять и ориентироваться в различиях между социологическими и маркетинговыми исследованиями; - способность обосновывать выбор методов в зависимости от цели исследования; - способность проводить качественное и количественное исследование на предприятии, - способность анализировать возможности предприятия, воспринимать, обобщать и анализировать полученную в качественного или количественного исследования информацию

	владеет (высокий)	<p>навыками поиска необходимых данных с помощью информационных технологий, методами прикладных исследований применительно к рынку товаров и услуг, а также определенному предприятию;</p> <p>умениями применять принципы планирования и организации социологических исследований</p>	<p>владение навыками необходимых для обучения данных с помощью информационных технологий, методами прикладных исследований применительно к рынку товаров и услуг, а также определенному предприятию;</p> <p>навыками применять принципы планирования и организации социологических исследований</p>	<p>- способность уверенно использовать навыки осуществления поиска необходимых данных с помощью информационных технологий, методами прикладных исследований применительно к рынку товаров и услуг, а также определенному предприятию;</p> <p>навыки ценностно-этической самооценки и самоконтроля, самовоспитания и самосовершенствования</p> <p>–способность применять принципы планирования и организации социологических исследований.</p>
ПК-12: способность владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов	знает (пороговый уровень)	<p>принципы и типы написания аналитических справок, обзоров и прогнозов;</p> <p>методы принятия управленческих решений;</p> <p>характеристики методологических проблем, возникающих при решении исследовательских и практических задач,</p> <p>в том числе в междисциплинарных областях;</p> <p>особенности критического анализа и оценки современных научных достижений и результатов деятельности по решению исследовательских и практических задач, в том числе в междисциплинарных областях.</p>	<p>знание о типах написания аналитических справок, обзоров и прогнозов;</p> <p>сущности методов принятия управленческих решений;</p> <p>особенности критического анализа и оценки современных научных достижений и результатов деятельности по решению исследовательских и практических задач, в том числе в междисциплинарных областях.</p>	<p>- способность дать определение типам аналитических справок, обзоров и прогнозов;</p> <p>сущность методы принятия управленческих решений;</p> <p>особенности критического анализа и оценки современных научных достижений и результатов деятельности по решению исследовательских и практических задач, в том числе в междисциплинарных областях.</p>

	умеет (продвину тый)	разрабатывать планы написания аналитических справок, обзоров и прогнозов; анализировать альтернативные варианты решения исследовательских и практических задач и оценивать потенциальные выигрыши/проигр ыши реализации этих вариантов.	умение разрабатывать планы написания аналитических справок, обзоров и прогнозов; Умеет анализировать альтернативные варианты решения исследовательских и практических задач и оценивать потенциальные выигрыши/проигрыши реализации этих вариантов.	- способность написания аналитических справок, обзоров и прогнозов; - способность анализировать альтернативные варианты решения исследовательских и практических задач и оценивать потенциальные выигрыши/проигрыши реализации этих вариантов.
	владеет (высокий)	навыками и культурой теоретической и научно- практической работы в области рекламы и связей с общественностью и междисциплинарн ых исследований, целостным представлением о методологии, предмете и проблематике научного исследования, его категориальным аппаратом и актуальным дискурсом.	владение навыками теоретической и научно- практической работы в области рекламы и связей с общественностью и междисциплинарных исследований; навыками внедрения синтеза процедур, методов, теории и методологии из различных областей науки и практики.	- способность уверенно использовать навыки теоретической и научно- практической работы в области рекламы и связей с общественностью и междисциплинарных исследований; планирования деятельности организации; - навыки внедрения синтеза процедур, методов, теории и методологии из различных областей науки и практики.
ПК-13: способность анализироват ь современный рекламный рынок Дальнего Востока России стран АТР,	знает (пороговы й уровень)	особенности современного рекламного рынка Дальнего Востока России и стран АТР	Знание основных понятий региональной и международной рекламы, современных тенденций рекламного рынка Дальнего Востока России стран АТР	Способность дать определение основным понятиям региональной и международной рекламы: видам, типам, инструментам, перечислить современные тенденции рекламного рынка Дальнего Востока России стран АТР

собирать и обобщать информацию, касающуюся его деятельности	умеет (продвинутый)	искать, оценивать, отбирать, адаптировать к практике приемы рекламирования на Дальнем Востоке России и в странах АТР	Умение искать, оценивать, отбирать, адаптировать к практике приемы рекламирования на Дальнем Востоке России и в странах АТР	Способность включать в текст ВКР релевантную информацию по приемам рекламирования на Дальнем Востоке России и в странах АТР, найденную в различных источниках: монографиях, учебниках, научных статьях, СМИ, сети Интернет
	владеет (высокий)	навыками работы с полученной в ходе исследования информацией и применять ее для осуществления рекламной деятельности в субъекте федерации, входящего в состав Дальнего Востока РФ, а также в стране АТР	Навыки работы с полученной в ходе исследования информацией и применять ее для осуществления рекламной деятельности в субъекте федерации, входящего в состав Дальнего Востока РФ, а также в стране АТР	Способность провести анализ релевантной информации по приемам рекламирования на Дальнем Востоке России и в странах АТР, найденной в различных источниках: монографиях, учебниках, научных статьях, СМИ, сети Интернет, а также модифицировать изученные приемы для предмета своего исследования в ВКР
ПК-14: способность прогнозировать и оценивать результативность бизнес-проектов в сфере рекламных коммуникаций с опорой на коммуникационные принципы современных СМК и социально-психологических механизмах убеждения	знает (пороговый уровень)	способы и алгоритмы оценки результативности 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

	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.
--	----------------------	--	---	--

Шкалы оценивания устного доклада при защите ВКР

✓ 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.

✓ 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.

✓ 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.

✓ 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.

Требования к выпускным квалификационным работам и порядку их выполнения

В соответствии с общими требованиями к ВКР, утвержденными приказом ректора ДВФУ № 12-13-275 «О внесении изменений в Положение о государственной итоговой аттестации по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, специалитета, магистратуры ФГАОУ ВПО «Дальневосточный федеральный университет»» от 25.02.2016, п. 10.4, и стандартами ВКР по направлению 37.03.02 Конфликтология, принятыми на заседании кафедры социальных наук ШГН ДВФУ №3 от 18.11.2015 г., ВКР по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, профиль «Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере», выполняется по следующим параметрам.

Объем выпускной квалификационной работы: 45-60 страниц, количество источников в списке литературы: 35-50.

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.

Основная часть ВКР по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, профиль «Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере», 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.

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

Требования к выполнению ВКР по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, профиль «Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере», приняты на заседании кафедры рекламы и связей с общественностью №3 от 18.11.2015 г., и представляют собой график подготовки ВКР студентов данного направления. 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 15 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 30 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».

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.

**Тематика выпускных квалификационных работ по направлению
подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью**

Профиль подготовки

«Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере»:

1. Стратегические направления PR-деятельности в сфере экологии Дальнего Востока России.
2. Коммуникативные интернет-технологии как современный метод PR-продвижения.
3. Социальные проекты как направление рекламной и PR-деятельности.
4. Бренд производственной компании в контексте PR-продвижения территории.
5. PR-концепции взаимодействия со СМИ компании «N».
6. Использование PR-технологий для формирования аудиторий интернет-порталов Приморского края.
7. SMM-технологии как PR-инструмент.
8. Оценка возможности и совершенствования технологий и приемов вертикального озеленения на объектах различного функционального назначения.
9. Кампус ДВФУ как современная выставочная площадка.
10. Креативные технологии в системе рекламных коммуникаций.
11. Социальная реклама в борьбе с наркозависимостью: зарубежный и отечественный опыт реализации.
12. Общественное мнение и социальная реклама в государственном PR.
13. Рекламное и PR-продвижение новой линейки товаров на примере компании «N».
14. Event-маркетинг в системе BTL-коммуникаций.
15. Имиджевая стратегия продвижения компании.
16. Специальные мероприятия как средство продвижения благотворительной организации.

17. Продвижение политического продукта: практика использования PR-технологий в ходе муниципальных выборов (на примере выборов...).

18. Локализация зарубежного бренда на региональном рынке на примере бренда «N».

19. Коммуникативные стратегии как основа продвижения территории.

20. Политический PR в социальных сетях.

21. Концепция территориального бренда.

22. Разработка рекламной кампании для продвижения товара или услуги.

23. Изучение гендерных стереотипов в рекламе.

24. Проект PR-продвижения информационного агентства Приморского края.

25. PR-продвижение некоммерческих организаций.

Выпускники направления подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью могут выбрать одну из предложенных каждым преподавателем кафедры тем либо предложить свою формулировку и объект изучения.

***Критерии выставления оценки студенту на защите ВКР
по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с
общественностью, профиль «Реклама и
связи с общественностью в коммерческой сфере»***

Баллы (рейтинговой оценки)	Оценка зачета/ экзамена (стандартная)	Требования к сформированным компетенциям
86-100	«отлично»	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.
76-85	<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.
61-75	<i>«удовлетворительно»</i>	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 рекламы 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.
50-60	<i>«неудовлетворительно»</i>	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. Паблик рилейшнз: учебник. – М.: Дашков и К, 2012. – 332 с. http://e.lanbook.com/books/element.php?pl1_id=5646
8. 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>
9. Шпаковский, В. О. Организация и проведение рекламных мероприятий посредством ВТЛ-коммуникаций [Электронный ресурс]:

Учебное пособие / В. О. Шпаковский, Н. М. Чугунова, И. В. Кирильчук. - 3-е изд. - М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2013. - 128 с. - ISBN 978-5-394-02168-8. <http://znanium.com/bookread2.php?book=415129>

10. 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>

11. 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.

12. Ширяев, В. И. Управление предприятием. Моделирование, анализ, управление : учебное пособие для вузов по экономическим специальностям / В. И. Ширяев, И. А. Баев, Е. В. Ширяев. - М.: URSS [Либроком], 2010. 271 с.

13. 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.

14. Ткалич, А.И. Консалтинговый сервис : учебное пособие для вузов / А. И. Ткалич. – М.: Альфа-М ИНФРА-М, 2011. 206 с.

15. 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.

16. Мельникова Н. А. Медиапланирование. Стратегическое и тактическое планирование рекламных кампаний / Н. А. Мельникова. - М.: Дашков и К°, 2012. 179 с.

17. 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>