



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

УТВЕРЖДАЮ  
Директор Школы  
искусств и гуманитарных наук  
искусств и гуманитарных наук  
Ф.Е. Ажимов  
«25» марта 2021 г.

**ШКОЛА ИСКУССТВ И ГУМАНИТАРНЫХ НАУК**

## **ПРОГРАММА**

### **Государственной итоговой аттестации**

**НАПРАВЛЕНИЕ ПОДГОТОВКИ**

**42.03.01 Реклама и связи с общественностью**

**Программа бакалавриата**

**Реклама и связи с общественностью**

Квалификация выпускника – бакалавр

Форма обучения: очная

Нормативный срок освоения программы

(очная форма обучения) 4 года

Год начала подготовки 2021

Владивосток  
2021

**ЛИСТ СОГЛАСОВАНИЯ**  
Программы государственной итоговой аттестации

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

Программа государственной итоговой аттестации составлена с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 08 июня 2017 г. №512.

Рассмотрена и утверждена на заседании УС Школы искусств и гуманитарных наук «25» марта 2021 г. (протокол № 6)

Руководитель ОП

  
\_\_\_\_\_ подпись \_\_\_\_\_

доцент, директор ДКиМ Аргылов Н.А.  
должность, ФИО

Заместитель директора Школы  
по учебной и воспитательной работе

  
\_\_\_\_\_ подпись, \_\_\_\_\_

Волошина М.А.  
ФИО

Директор департамента

  
\_\_\_\_\_ (подпись) \_\_\_\_\_

Аргылов Н.А.

## Пояснительная записка

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

Характеристика профессиональной деятельности выпускника:

Область профессиональной деятельности выпускников, освоивших программу бакалавриата, включает:

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

Типы задач, к которым готовятся выпускники, освоившие программу бакалавриата:

- технологический;
- авторский;
- проектный;
- маркетинговый;
- организационный.

Выпускник, освоивший программу бакалавриата в соответствии с типами задач, на которые ориентирована программа бакалавриата, должен быть готов решать следующие профессиональные задачи:

- стратегическое планирование интернет-кампаний;
- формирование и обоснование бюджета продвижения коммуникационного продукта с учетом специфики разных каналов коммуникации;
- продвижение коммуникационного продукта путем взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами с помощью различных каналов коммуникации;
- способность участвовать в производственном процессе выпуска коммуникационного продукта с применением современных технологий;

– способность участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий, организовывать и координировать PR процессы, создавать коммуникационный продукт;

– выработка, обоснование и внедрение инновационных решений в области рекламных технологий и в связях с общественностью, рекламных и коммуникационных кампаний;

– удовлетворение потребностей личности в интеллектуальном, культурном, профессиональном и нравственном развитии путем получения образования на уровне бакалавриата в области рекламы и связей с общественностью;

– удовлетворение потребностей общества в высококвалифицированных кадрах путем подготовки бакалавров в области рекламы и связей с общественностью;

– создание условий для формирования у обучающихся знаний, умений и навыков, личностных качеств, необходимых для осуществления профессиональной деятельности;

– создание условий, позволяющих обучающимся приобрести умения по профессиональной работе в области рекламы и связей с общественностью, как самостоятельной, так и по руководству коллективом;

– формирование способности создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем;

– формирование способности осуществлять авторскую деятельность в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, стилями, технологическими требованиями для разных типов СМИ и других медиа;

– формирование способности осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах);

– формирование способности осуществлять разработку и реализацию индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью.

Программа государственной итоговой аттестации построена с учетом требований к профессиональной подготовленности выпускника, необходимых для выполнения им профессиональных функций – квалификационных требований. Требования к результатам освоения основных образовательных программ бакалавриата заключаются в компетенциях, которыми должен обладать выпускник.

Выпускник, освоивший программу бакалавриата, должен обладать следующими **универсальными компетенциями (УК):**

Наименование категории (группы) универсальных компетенций	Код и наименование универсальной компетенции выпускника	Код и наименование индикатора достижения универсальной компетенции
Системное и критическое мышление	УК-1. Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	УК-1.1 Выявляет проблему, осуществляет поиск информации, анализирует и интерпретирует ее на основании методов логики и критического мышления для решения поставленных задач в рамках системного подхода..
		УК-1.2 Осуществляет синтез полученной информации на основании принципов логики, критического подхода и системной организации данных
		УК-1.3 Формирует обоснованную и логически последовательную позицию, аргументирует свою точку зрения на основе системного подхода и критического анализа, предлагает возможные варианты решения поставленной задачи с учетом возможной критики и ограничений
		УК-1.4 Выявляет проблему, осуществляет поиск информации, анализирует и интерпретирует ее на основании методов логики и критического мышления для решения поставленных задач в рамках системного подхода с учетом принципов современных цифровых технологий и сервисов
		УК-1.5 Осуществляет синтез полученной информации на основании принципов логики, критического подхода и системной организации данных с учетом принципов современных цифровых технологий и сервисов
		УК-1.6 Формирует обоснованную и логически последовательную позицию, аргументирует свою точку зрения на основе системного подхода и критического анализа, предлагает возможные варианты решения поставленной задачи с учетом возможной критики и ограничений с учетом принципов современных цифровых технологий и сервисов
		УК-1.7 Выявляет проблему, осуществляет поиск информации, в том числе и междисциплинарного характера, интерпретирует ее для решения поставленных задач
		УК-1.8 Определяет, интерпретирует и ранжирует информацию, в том числе и междисциплинарного характера, требуемую для решения поставленной задачи

<p>Разработка и реализация проектов</p>	<p>УК-2. Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений</p>	<p>УК-2.1 Выявляет и классифицирует задачи, решение которых необходимо для достижения поставленной научной цели, устанавливает приоритеты и ограничения в их решении</p> <p>УК-2.2 Осуществляет выбор оптимальных способов решения поставленных задач, учитывая контекст ситуации, норм научного дискурса и действующих правовых норм</p> <p>УК-2.3 Формирует последовательную стратегию реализации способов и применения средств в решении поставленных научных задач</p> <p>УК-2.4 Выполняет задачи в зоне своей ответственности в соответствии с запланированными результатами и точками контроля, при необходимости корректирует способы решения задач</p> <p>УК-2.5 Представляет результаты проекта, предлагает возможности их использования и/или совершенствования</p> <p>УК-2.6 Выбирает и предлагает оптимальные способы решения задач, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений</p>
<p>Командная работа и лидерство</p>	<p>УК-3. Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде</p>	<p>УК-3.1 Формулирует основные принципы эффективного взаимодействия и правила командообразования; распределяет роли в командной работе</p> <p>УК-3.2 Определяет подходящую стратегию поведения для достижения поставленной цели и занимает позицию лидера; планирует процесс совместного взаимодействия</p> <p>УК-3.3 Устанавливает контакт и организует взаимодействие с другими членами команды для достижения поставленной задачи; анализирует достоинства и недостатки совместной работы</p> <p>УК-3.4 Осуществляет социальное взаимодействие с членами команды, соблюдая установленные нормы и правила командной работы</p> <p>УК-3.5 Несет личную ответственность за результат командной работы</p> <p>УК-3.6 Осуществляет обмен информацией, знаниями и опытом с членами команды</p> <p>УК-3.7 Оценивает идеи других членов команды для достижения поставленной цели</p>

Коммуникация	УК-4. Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	<p>УК-4.1 Способность использовать изученные лексические единицы в ситуациях повседневного-бытового, социально-культурного и делового общения на английском языке</p> <p>УК-4.2 Способность распознавать и употреблять изученные грамматические категории и конструкции для осуществления межкультурного общения на английском языке</p> <p>УК-4.3 Способность строить высказывания, применяя изученные лексико-грамматические единицы в соответствии с правилами английского языка</p> <p>УК-4.4 Умение составлять и представлять в письменной форме в соответствии с требованиями к оформлению официально-деловые и академические тексты на русском языке: реферат, аннотацию, эссе, резюме, заявление, деловое письмо</p> <p>УК-4.5 Способность на основе полученных знаний и умений участвовать в дискуссии, создавать и представлять аудитории публичные устные выступления разных жанров</p>
Межкультурное взаимодействие	УК-5. Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально историческом, этическом и философском контекстах	<p>УК-5.1 Анализирует современное состояние общества на основе научного исторического знания</p> <p>УК-5.2 Объясняет особенности культурного многообразия общества в соответствии с научным историческим знанием</p> <p>УК-5.3 Отмечает и анализирует особенности межкультурного взаимодействия в историческом контексте</p> <p>УК-5.4 Воспринимает межкультурное разнообразие общества и особенности взаимодействия в нем в социально-историческом, этическом и философском контекстах</p> <p>УК-5.5 Осуществляет межкультурное взаимодействие с помощью общих и специальных философских методов построения межкультурной коммуникации с учетом поставленных целей деятельности</p> <p>УК-5.6 Формирует и поддерживает способы интеграции участников межкультурного взаимодействия с учетом оснований их различий и общности, этического и философского контекстов</p> <p>УК-5.7 Формирует системное представление о развитии основных исторических этапов и стилевых тенденциях мировой культуры и искусства</p>

		УК-5.8 Понимает культуру как комплекс знаков и кодов, позволяющих выявлять и определять межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах
Самоорганизация и саморазвитие (в том числе здоровьесбережение)	УК-6. Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни	УК-6.1 Формулирует основные принципы самоорганизации и саморазвития; выделяет основные этапы своей образовательной деятельности
		УК-6.2 Планирует собственное время; определяет стратегические, тактические и оперативные задачи; создает программу образовательной деятельности
		УК-6.3 Проектирует траекторию личностного и профессионального развития
		УК-6.4 Использует инструменты и методы управления временем при выполнении конкретных задач, проектов, при достижении поставленных целей
Самоорганизация и саморазвитие (в том числе здоровьесбережение)	УК-7. Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности	УК-7.1 Понимает роль физической культуры и спорта в современном обществе, в жизни человека, подготовке его к социальной и профессиональной деятельности, значение физкультурно-спортивной активности в структуре здорового образа жизни и особенности планирования оптимального двигательного режима с учетом условий будущей профессиональной деятельности
		УК-7.2 Использует методику самоконтроля для определения уровня здоровья и физической подготовленности в соответствии с нормативными требованиями и условиями будущей профессиональной деятельности
		УК-7.3 Поддерживает должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности, регулярно занимаясь физическими упражнениями
Безопасность жизнедеятельности	УК-8 Способен создавать и поддерживать безопасные условия жизнедеятельности, в том числе при возникновении чрезвычайных ситуаций/Способен создавать и поддерживать в повседневной жизни и в профессиональной деятельности безопасные условия жизнедеятельности для сохранения природной среды, обеспечения устойчивого развития общества, в	УК-8.1 Идентифицирует опасные и вредные факторы, прогнозируя возможные последствия их воздействия в повседневной жизни, в производственной деятельности, в условиях чрезвычайных ситуаций
		УК-8.2 Предлагает средства и методы профилактики опасностей и поддержания безопасных условий жизнедеятельности для сохранения природной среды и обеспечения устойчивого развития общества

	том числе при угрозе и возникновении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов	УК-8.3 Разрабатывает мероприятия по защите населения и персонала в условиях реализации опасностей, в том числе и при возникновении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов
Экономическая культура, в том числе финансовая грамотность	УК-9 Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности	УК-9.1 Понимает базовые принципы функционирования экономики и экономического развития
		УК-9.2 Принимает обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности
Гражданская позиция	УК-10 Способен формировать нетерпимое отношение к коррупционному поведению	УК-10.1 Соблюдает правила общественного взаимодействия на основе нетерпимого отношения к коррупции
		УК-10.2 Осуществляет социальную и профессиональную деятельность на основе развитого правосознания и сформированной правовой культуры

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения)
УК-1.1 Выявляет проблему, осуществляет поиск информации, анализирует и интерпретирует ее на основании методов логики и критического мышления для решения поставленных задач в рамках системного подхода	Знает философские основания логического и критического мышления, позволяющие выявлять и анализировать проблему в рамках системного подхода.
	Умеет использовать техники логического и критического мышления для решения поставленных задач в рамках системного подхода.
	Владеет навыками применения методов логики и критического мышления для анализа и интерпретации проблемы.
УК-1.2 Осуществляет синтез полученной информации на основании принципов логики, критического подхода и системной организации данных	Знает базовые принципы логики и критического мышления для осуществления синтеза полученной информации.
	Умеет осуществлять синтез информации в рамках системной организации данных в соответствии с логическим и критическим подходами.
	Владеет навыками организации данных в соответствии с требованиями логики.
УК-1.3 Формирует обоснованную и логически последовательную позицию, аргументирует свою точку зрения на основе системного подхода и критического анализа, предлагает возможные варианты решения поставленной задачи с учетом возможной критики и ограничений	Знает принципы формирования логически последовательной и обоснованной позиции.
	Умеет аргументировать свою точку зрения на основе системного подхода и критического анализа.
	Владеет навыками поиска и логического сопоставления вариантов решения поставленной задачи с учетом возможной критики и ограничений.
УК-1.4 Выявляет проблему, осуществляет поиск информации,	Знает о способах выявления научной проблемы, поиска информации с учетом принципов современных

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения)
анализирует и интерпретирует ее на основании методов логики и критического мышления для решения поставленных задач в рамках системного подхода с учетом принципов современных цифровых технологий и сервисов	цифровых технологий и сервисов, знает об актуальных проблемах в современной науке и практике.
	Умеет аргументировать свою точку зрения на основе системного подхода и критического анализа для решения поставленных задач с учетом принципов современных цифровых технологий и сервисов.
	Владеет навыками поиска и логического сопоставления вариантов решения поставленных задач с учетом принципов современных цифровых технологий и сервисов
УК-1.5 Осуществляет синтез полученной информации на основании принципов логики, критического подхода и системной организации данных с учетом принципов современных цифровых технологий и сервисов	Знает базовые принципы научного мышления для осуществления синтеза полученной информации на основании принципов логики, критического подхода и системной организации данных с учетом принципов современных цифровых технологий и сервисов.
	Умеет осуществлять синтез полученной информации на основании принципов логики, критического подхода и системной организации данных с учетом принципов современных цифровых технологий и сервисов
	Владеет навыками анализа и интерпретации информации на основании методов логики и критического мышления для решения поставленных задач в рамках системного подхода с учетом принципов современных цифровых технологий и сервисов.
УК-1.6 Формирует обоснованную и логически последовательную позицию, аргументирует свою точку зрения на основе системного подхода и критического анализа, предлагает возможные варианты решения поставленной задачи с учетом возможной критики и ограничений с учетом принципов современных цифровых технологий и сервисов	Знает принципы применения информационных технологий для решения задач профессиональной деятельности.
	Умеет формулировать обоснованную и логически последовательную позицию, аргументировать свою точку зрения на основе системного подхода и критического анализа, предлагая возможные варианты решения поставленной задачи с учетом возможной критики и ограничений с учетом принципов современных цифровых технологий и сервисов.
	Владеет навыками формирования обоснованной и логически последовательной позиции, аргументации своей точки зрения на основе системного подхода и критического анализа, предлагает возможные варианты решения поставленной задачи с учетом возможной критики и ограничений с учетом принципов современных цифровых технологий и сервисов.
УК-1.7 Выявляет проблему, осуществляет поиск информации, в том числе и междисциплинарного характера, интерпретирует ее для решения поставленных задач	Знает понятие «организация», факторы, влияющие на поведение личности в организации.
	Умеет интерпретировать информацию с точки зрения традиционных школ управления
УК-1.8 Определяет, интерпретирует и ранжирует	Знает способы поиска информации, необходимой для решения поставленной задачи

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения)
информацию, в том числе и междисциплинарного характера, требуемую для решения поставленной задачи	Умеет найти информацию, необходимую для решения поставленной задачи, и выделить в ней главное
	Владеет навыками критического анализа информации
УК-2.1 Выявляет и классифицирует задачи, решение которых необходимо для достижения поставленной научной цели, устанавливает приоритеты и ограничения в их решении	Знает принципы выявления и классификации задач, решение которых необходимо для достижения поставленной научной цели.
	Умеет устанавливать приоритеты и ограничения в решении научных задач проводимого социально-гуманитарного исследования.
	Владеет навыками выявления и классификации задач, решение которых необходимо для достижения поставленной научной цели.
УК-2.2 Осуществляет выбор оптимальных способов решения поставленных задач, учитывая контекст ситуации, норм научного дискурса и действующих правовых норм	Знает нормы научного дискурса и действующие правовые нормы в сфере научной деятельности.
	Умеет осуществлять выбор оптимальных способов решения задач социально-гуманитарного познания.
	Владеет навыками выбора оптимальных способов решения поставленных задач в контексте проводимого социально-гуманитарного исследования
УК-2.3 Формирует последовательную стратегию реализации способов и применения средств в решении поставленных научных задач	Знает принципы формирования стратегии реализации способов и применения средств в решении поставленных научных задач
	Умеет формировать последовательную стратегию реализации способов и применения средств в решении поставленных научных задач
	Владеет приемами формирования последовательной стратегии реализации способов и применения средств в решении поставленных научных задач
УК-2.4 Выполняет задачи в зоне своей ответственности в соответствии с запланированными результатами и точками контроля, при необходимости корректирует способы решения задач	Знает требования к реализации задач в зоне своей ответственности в соответствии с запланированными результатами и точками контроля, при необходимости корректирует способы решения задач
	Умеет планировать реализацию задач в зоне своей ответственности в соответствии с запланированными результатами и точками контроля, при необходимости корректирует способы решения задач
	Владеет навыками планирования реализации задач в зоне своей ответственности в соответствии с запланированными результатами и точками контроля, при необходимости корректирует способы решения задач
УК-2.5 Представляет результаты проекта, предлагает возможности их использования и/или совершенствования	Знает основные требования, предъявляемые к результатам проекта, предлагает возможности их использования и/или совершенствования.
	Умеет правильно намечать возможности по достижению результатов проекта, предлагать возможности их совершенствования
	Владеет навыками выделения результатов проекта, предлагает возможности их использования и/или

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения)
	совершенствования
УК-2.6 Выбирает и предлагает оптимальные способы решения задач, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	Знает как определить круг задач в рамках поставленной цели, определяет связи между ними;
	Умеет предложить способы решения поставленных задач и ожидаемые результаты; оценивает предложенные способы с точки зрения соответствия цели проекта;
	Планирует и реализует задачи в зоне своей ответственности с учетом имеющихся ресурсов и ограничений, действующих правовых норм;
УК-3.1 Формулирует основные принципы эффективного взаимодействия и правила командообразования; распределяет роли в командной работе	Знает сущность общения, деятельности и взаимодействия, характеристику группы и команды, правила командообразования; социальные роли
	Умеет выстраивать общение и взаимодействие с другими людьми с учетом общей цели и деятельности
	Владеет навыками распределения ролей в группе и команде
УК-3.2 Определяет подходящую стратегию поведения для достижения поставленной цели и занимает позицию лидера; планирует процесс совместного взаимодействия	Знает механизм целеполагания, стратегии поведения, личностные качества и характеристики лидера
	Умеет выбирать подходящую стратегию поведения для достижения поставленной цели и занимать позицию лидера
	Владеет навыками планирования процесса совместного взаимодействия
УК-3.3 Устанавливает контакт и организует взаимодействие с другими членами команды для достижения поставленной задачи; анализирует достоинства и недостатки совместной работы	Знает особенности установления контакта, правила взаимодействия в группе и команде; алгоритм анализа деятельности
	Умеет устанавливать контакт; ставить задачи для совместной деятельности
	Владеет навыками организации взаимодействия; навыками анализа достоинств и недостатков совместной работы
УК-3.4 Осуществляет социальное взаимодействие с членами команды, соблюдая установленные нормы и правила командной работы	Знает правила социального взаимодействия с членами команды, установленные нормы и правила командной работы.
	Умеет: осуществлять социальное взаимодействие с членами команды, соблюдая установленные нормы и правила командной работы.
	Владеет: навыками социального взаимодействия с членами команды, соблюдая установленные нормы и правила командной работы.
УК-3.5 Несет личную ответственность за результат командной работы	Понимает круг ответственности в командной работе. Знает: о границах личной ответственности за результат командной работы.
	Умеет: определять границы личной ответственности и за результат командной работы.
	Владеет: навыками позволяющими нести личную ответственность за результат командной работы.

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения)
УК-3.6 Осуществляет обмен информацией, знаниями и опытом с членами команды	Знает как определить круг задач в рамках поставленной цели, определяет связи между ними; правила эффективного общения
	Умеет предложить способы решения поставленных задач и ожидаемые результаты; оценивает предложенные способы с точки зрения соответствия цели проекта; обмениваться информацией с членами команды
	Планирует и реализует задачи в зоне своей ответственности с учетом имеющихся ресурсов и ограничений, действующих правовых норм;
УК-3.7 Оценивает идеи других членов команды для достижения поставленной цели	Знает как определить круг базовых принципов развития общества в части системного подхода; правила конструктивной критики
	Умеет характеризовать принципы функционирования социальных и политических систем; дать критическую оценку идеям других членов команды
	Владеет базовыми навыками анализа состояния социальных и политических систем
УК-4.1 Способность использовать изученные лексические единицы в ситуациях повседневно-бытового, социально-культурного и делового общения на английском языке	Знает основные лексические единицы
	Умеет использовать изученные лексические единицы
	Владеет навыками использования изученных лексических единиц в ситуациях повседневно-бытового, социально-культурного и делового общения на английском языке самообразования. Владение разными видами чтения (поисковое, просмотровое и т.д.)
УК-4.2 Способность распознавать и употреблять изученные грамматические категории и конструкции для осуществления межкультурного общения на английском языке	Знает основные грамматические категории и конструкции
	Умеет распознавать изученные грамматические категории и конструкции
	Владеет навыками употребления изученных грамматических категорий и конструкций для осуществления межкультурного общения на английском языке
УК-4.3 Способность строить высказывания, применяя изученные лексико-грамматические единицы в соответствии с правилами английского языка	Знает основные принципы построения высказываний
	Умеет строить высказывания, применяя изученные лексико-грамматические единицы
	Владеет навыками построения высказываний, применяя изученные лексико-грамматические единицы в соответствии с правилами английского языка
УК-4.4 Умение составлять и представлять в письменной форме в соответствии с требованиями к оформлению официально-деловые и академические тексты на русском языке: реферат, аннотацию, эссе, резюме, заявление, деловое письмо	Знает основные принципы составления и оформления академических текстов и официальных документов
	Умеет создавать письменный текст в соответствии с коммуникативными целями и задачами, оформлять его в соответствии с нормами современного русского литературного языка, формальными требованиями к структуре и жанру
	Владеет навыками составления письменных текстов различных жанров: реферата, аннотации, эссе, резюме,

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения)
	заявления, делового письма
УК-4.5 Способность на основе полученных знаний и умений участвовать в дискуссии, создавать и представлять аудитории публичные устные выступления разных жанров	Знает основные положения риторики и правила подготовки устного выступления, основные принципы и законы эффективной коммуникации
	Умеет оформлять устный текст в соответствии с нормами современного русского литературного языка, формальными требованиями и риторическими принципами, свободно пользоваться речевыми средствами книжных стилей современного русского языка
	Владеет основными навыками ораторского мастерства: подготовки и осуществления устных публичных выступлений различных типов и жанров (информирующее, убеждающее, протоколно-этикетное и т.д.), ведения конструктивной дискуссии
УК-5.1 Анализирует современное состояние общества на основе научного исторического знания	Знает о состоянии современного общества на основе научного исторического знания
	Умеет анализировать современное состояние общества на основе научного исторического знания
	Способен анализировать современное состояние общества на основе научного исторического знания
УК-5.2 Объясняет особенности культурного многообразия общества в соответствии с научным историческим знанием	Знает особенности культурного многообразия общества в соответствии с научным историческим знанием
	Умеет объяснять особенности культурного многообразия общества в соответствии с научным историческим знанием
	Способен к объяснению особенностей культурного многообразия общества в соответствии с научным историческим знанием
УК-5.3 Отмечает и анализирует особенности межкультурного взаимодействия в историческом контексте	Знает особенности межкультурного взаимодействия в историческом контексте
	Умеет анализировать и отмечать особенности межкультурного взаимодействия в историческом контексте
	Способен к анализу и определению особенностей межкультурного взаимодействия в историческом контексте
УК-5.4 Воспринимает межкультурное разнообразие общества и особенности взаимодействия в нем в социально-историческом, этическом и философском контекстах	Знает философские основания и историю становления системного рефлексивного мышления, позволяющего воспринимать межкультурное разнообразие общества.
	Умеет использовать техники системного рефлексивного мышления для восприятия и описания межкультурного разнообразия общества.
	Владеет навыками для восприятия социально-исторического, этического и философского контекста ситуации межкультурного взаимодействия.
УК-5.5 Осуществляет межкультурное взаимодействие с помощью общих и специальных	Знает принципы общих и специальных философских методов построения межкультурной коммуникации на основании рефлексивного мышления.

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения)
философских методов построения межкультурной коммуникации с учетом поставленных целей деятельности	Умеет применять общие и специальные философские методы для построения межкультурной коммуникации в рамках современного общества.
	Владеет навыками межкультурной коммуникации с позиции философского знания, общих и специальных методов восприятия иного культурного опыта.
УК-5.6 Формирует и поддерживает способы интеграции участников межкультурного взаимодействия с учетом оснований их различий и общности, этического и философского контекстов	Знает историю формирования различий этического и философского контекстов межкультурного взаимодействия в современном обществе.
	Умеет использовать техники построения интеграционных связей межкультурного взаимодействия.
	Владеет навыками поддержания интеграционного взаимодействия на основании техник системного рефлексивного мышления.
УК-5.7 Формирует системное представление о развитии основных исторических этапов и стилевых тенденциях мировой культуры и искусства	Знает основные исторические этапы и стилевые тенденции мировой культуры и искусства
	Умеет анализировать исторические этапы и стилевые тенденции мировой культуры и искусства по различным критериям
	Способен изложить свое представление об этапах и стилевых тенденциях мировой культуры и искусства
УК-5.8 Понимает культуру как комплекс знаков и кодов, позволяющих выявлять и определять межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	Знает о культуре как о комплексе знаков и кодов, позволяющих выявлять и определять межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах
	Умеет анализировать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах
	Способен изложить свое представление о культуре как о комплексе знаков и кодов, позволяющих выявлять и определять межкультурное разнообразие общества с позиций социально-исторического, этического и философского знания
УК-6.1 Формулирует основные принципы самоорганизации и саморазвития; выделяет основные этапы своей образовательной деятельности	Знает особенности самоорганизации и саморазвития личности; сущность образовательной деятельности
	Умеет определять основные принципы самоорганизации и саморазвития
	Владеет навыками формулировки этапов своей образовательной деятельности
УК-6.2 Планирует собственное время; определяет стратегические, тактические и оперативные задачи; создает программу образовательной деятельности	Знает особенности стратегических, тактических и оперативных задач; специфику программы образовательной деятельности
	Умеет планировать собственное время
	Владеет навыками создания программы образовательной деятельности
УК-6.3 Проектирует траекторию личностного и профессионального развития	Знает особенности личностного и профессионального развития; сущность траектории развития личности
	Умеет выделять этапы личностного и

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения)
	<p>профессионального развития</p> <p>Владеет навыками проектирования личностного и профессионального развития</p>
<p>УК-6.4 Использует инструменты и методы управления временем при выполнении конкретных задач, проектов, при достижении поставленных целей</p>	<p>Знает: основные инструменты и методы управления временем при выполнении конкретных задач, проектов, при достижении поставленных целей;</p> <p>Умеет: применять основные инструменты и методы управления временем при выполнении конкретных задач, проектов, при достижении поставленных целей;</p> <p>Владеет: навыками применять инструменты и методы управления временем при выполнении конкретных задач, проектов, при достижении поставленных целей;</p>
<p>УК-7.1 Понимает роль физической культуры и спорта в современном обществе, в жизни человека, подготовке его к социальной и профессиональной деятельности, значение физкультурно-спортивной активности в структуре здорового образа жизни и особенности планирования оптимального двигательного режима с учетом условий будущей профессиональной деятельности</p>	<p>Знает: значение роли физической культуры и спорта в современном обществе, в жизни человека, подготовке его к социальной и профессиональной деятельности, значение физкультурно-спортивной активности в структуре здорового образа жизни и особенности планирования оптимального двигательного режима с учетом условий будущей профессиональной деятельности.</p> <p>Умеет: организовать самостоятельные занятия по физической культуре.</p> <p>Владеет: навыками планирования двигательного режима с учетом профессиональной деятельности</p>
<p>УК-7.2 Использует методику самоконтроля для определения уровня здоровья и физической подготовленности в соответствии с нормативными требованиями и условиями будущей профессиональной деятельности</p>	<p>Знает: средства и методы самоконтроля для определения уровня здоровья и физической подготовленности</p> <p>Умеет: применять основные методы самоконтроля в процессе занятий физической культурой и спортом</p> <p>Владеет: способностью определять самочувствие, уровень развития физических качеств и двигательных навыков</p>
<p>УК-7.3 Поддерживает должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности, регулярно занимаясь физическими упражнениями</p>	<p>Знает: основные положения теории и методики физической культуры и спорта</p> <p>Умеет: обеспечивать сохранение и укрепление индивидуального здоровья с помощью основных двигательных действий и базовых видов спорта</p> <p>Владеет: технологиями планирования физического совершенствования и способами занятий разнообразными видами двигательной деятельности</p>
<p>УК-8.1 Идентифицирует опасные и вредные факторы, прогнозируя возможные последствия их воздействия в повседневной жизни, в производственной деятельности, в условиях чрезвычайных ситуаций</p>	<p>Знает: теоретические основы безопасности жизнедеятельности в системе «человек – среда обитания»; - правовые, нормативно-технические и организационные основы безопасности жизнедеятельности; - методы управления безопасностью человека и среды обитания; - основы физиологии труда и методы обеспечения комфортных условий деятельности человека; - анатомо-физиологические последствия воздействия на человека травмирующих и</p>

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения)
	<p>вредных факторов производственной среды, поражающих факторов ЧС и методы их оценки.</p> <p>Умеет: оценивать параметры негативных факторов и уровень их воздействия в соответствии с нормативными требованиями; - эффективно применять средства индивидуальной и коллективной защиты от негативных воздействий; - планировать и осуществлять мероприятия по повышению устойчивости производственных систем и объектов; - управлять действиями подчиненного персонала при ЧС. - оценить состояние пострадавшего при ЧС.</p> <p>Владеет: правилами оказания первой доврачебной помощи при поражении током и других травмах; - измерения факторов производственной среды; - использования средств индивидуальной и коллективной защиты от негативных факторов природного и техногенного характера; - пользования приборами радиационной и химической разведки в чрезвычайных ситуациях.</p>
<p>УК-8.2 Предлагает средства и методы профилактики опасностей и поддержания безопасных условий жизнедеятельности для сохранения природной среды и обеспечения устойчивого развития общества</p>	<p>Знает: методы и средства повышения безопасности и экологичности технических систем;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- основы безопасности жизнедеятельности в условиях производства;</li> <li>- основные направления и способы повышения устойчивости функционирования объектов транспорта в ЧС;</li> </ul> <p>Умеет: выбирать и применять конкретные средства и методы защиты для обеспечения безопасности в различных заданных ситуациях</p> <p>Владеет: использованием приборов радиационной и химической защиты в чрезвычайных ситуациях.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- использования средств индивидуальной и коллективной защиты от негативных факторов природного и техногенного характера;</li> </ul>
<p>УК-8.3 Разрабатывает мероприятия по защите населения и персонала в условиях реализации опасностей, в том числе и при возникновении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов</p>	<p>Знает: основные мероприятия, необходимые для защиты человека от опасных и вредных производственных факторов, а также при возникновении чрезвычайных ситуаций природного, техногенного характера и военных конфликтов</p> <p>Умеет: разрабатывать мероприятия, необходимые для обеспечения безопасности объекта защиты в условиях реализации опасностей.</p> <p>Владеет: способностью обосновать мероприятия для защиты человека в конкретных условиях реализации опасностей, в том числе и при возникновении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- оценивать параметры негативных факторов и уровень их воздействия в соответствии с нормативными требованиями;</li> <li>- эффективно применять средства индивидуальной и</li> </ul>

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения)
	коллективной защиты от негативных воздействий.
УК-9.1. Понимает базовые принципы функционирования экономики и экономического развития	Знает как определить круг базовых принципов функционирования экономики
	Умеет характеризовать принципы экономического развития
	Владеет базовые принципы функционирования экономики и экономического развития
УК-9.2 Принимает обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности	Определяет круг базовых принципов обоснования экономических решений
	Умеет планировать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности
	Владеет навыками принятия обоснованных экономических решения в различных областях жизнедеятельности
УК-10.1 Соблюдает правила общественного взаимодействия на основе нетерпимого отношения к коррупции	Знает правила общественного взаимодействия
	Умеет определять круг базовых принципов взаимодействия на основе нетерпимого отношения к коррупции
	Владеет и соблюдает правила общественного взаимодействия на основе нетерпимого отношения к коррупции
УК-10.2 Осуществляет социальную и профессиональную деятельность на основе развитого правосознания и сформированной правовой культуры	Знает базовых принципов развитого правосознания и сформированной правовой культуры
	Умеет определить круг базовых принципов развитого правосознания и сформированной правовой культуры
	Владеет навыками планирования и реализации социальную и профессиональную деятельность на основе развитого правосознания и сформированной правовой культуры

### Общепрофессиональные компетенции выпускников и индикаторы их достижения:

Наименование категории (группы) общепрофессиональных компетенций (при наличии)	Код и наименование общепрофессиональной компетенции	Индикаторы достижения компетенции
Продукт профессиональной деятельности	ОПК-1. Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	ОПК-1.1. Выявляет отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ ОПК-1.2. Осуществляет подготовку текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых
	Общество и государство	ОПК-2.1. Знает систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития ОПК-2.2. Способен учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при со-здании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов.

	тах, и (или) коммуникационных продуктах	
Культура	ОПК-3. Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	ОПК-3.1. Демонстрирует кругозор в сфере отечественного и мирового культурного процесса ОПК-3.2. Учитывает достижения отечественной и мировой культуры, а также средства художественной выразительности в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.
Аудитория	ОПК-4. Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	ОПК-4.1. Соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп ОПК-4.2. Использует основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности, учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов
Медиакоммуникационная система	ОПК-5. Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	ОПК-5.1. Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях ОПК-5.2. Осуществляет свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы
Технологии	ОПК-6. Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности	ОПК-6.1. Отбирает для осуществления профессиональной деятельности необходимое техническое оборудование и программное обеспечение ОПК-6.2. Применяет современные цифровые устройства, платформы и программное обеспечение на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов
Эффекты	ОПК-7. Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности	ОПК-7.1. Знает цеховые принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности ОПК-7.2. Осуществляет отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения)
ОПК-1.1. Выявляет отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ	Знает понятия и характеристики рекламной коммуникации, медиатекста, медиапродукта, коммуникационного продукта
	Умеет применять полученные знания в процессе анализа рекламной коммуникации на разных платформах
	Владеет навыками по созданию рекламных продуктов в соответствие с платформой продвижения и запросами целевой аудитории
ОПК-1.2. Осуществляет подготовку текстов рекламы и связей с общественностью и (или)	Знает теоретические и практические аспекты подготовки рекламных текстов, текстов для формирования связей с общественностью и иных коммуникационных продуктов

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения)
иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых	различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем
	Умеет использовать теоретические и практические знания для создания рекламных текстов, текстов для формирования связей с общественностью и иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем
	Владеет навыками создания рекламных текстов, текстов для формирования связей с общественностью и иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем
ОПК-2.1. Знает систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития	Знает основы системы общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития
	Умеет использовать в планировании и осуществлении основных направлений рекламной деятельности и деятельности в области связей с общественностью знание системы общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития
	Владеет практическими навыками планирования и реализации основных направлений рекламной деятельности и деятельности в области связей с общественностью знание системы общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития
ОПК-2.2. Способен учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов	Знает основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов.
	Умеет учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов.
	Владеет практическими навыками учета основных тенденций развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов
ОПК-3.1. Демонстрирует кругозор в сфере отечественного и мирового культурного процесса	Знает основные тенденции развития в сфере отечественного и мирового культурного процесса.
	Умеет использовать знания тенденций развития в сфере отечественного и мирового культурного процесса.
	Владеет практическими навыками использования тенденций развития в сфере отечественного и мирового культурного процесса при планировании рекламной

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения)
	деятельности и деятельности по формированию связей с общественностью предприятия.
ОПК-3.2. Учитывает достижения отечественной и мировой культуры, а также средства художественной выразительности в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.	Знает основные достижения отечественной и мировой культуры, а также средства художественной выразительности в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.
	Умеет использовать достижения отечественной и мировой культуры, а также средства художественной выразительности в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.
	Владеет основными практическими навыками учета достижений отечественной и мировой культуры, а также средств художественной выразительности в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.
ОПК-4.1. Соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп	Знает основные методы проведения прикладного исследования в рекламе и связях с общественностью
	Умеет применять данные из социологических источников, в том числе актуальных сборников статистических органов при проведении собственного прикладного исследования
	Владеет навыками по анализу полученной социологической и маркетинговой информации для формирования коммуникационных предложений целевой аудитории
ОПК-4.2. Использует основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности, учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов	Знает процедуру отбора методов прикладного исследования для изучения запросов и потребностей целевой аудитории товаров и услуг
	Умеет производить отбор методов прикладного исследования в рекламе и связях с общественностью для изучения запросов и потребностей целевой аудитории
	Владеет навыками исследования потребностей целевой аудитории с последующим предложением рекламных и PR-обращений
ОПК-5.1. Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях	Знает основные факторы и нормы, влияющие на развитие коммерческой, социальной и политической рекламы, а также рекламных обращений на разных носителях
	Умеет разрабатывать концепцию рекламного обращения в зависимости от объекта рекламирования и носителя
	Владеет навыками проведения анализа эффективности рекламы в зависимости от ее носителя и определения наиболее эффективного набора рекламного продвижения в определенный период времени
ОПК-5.2. Осуществляет свои профессиональные действия в	Знает о специфике коммуникационных процессов и механизмов функционирования

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения)
сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы	медиакоммуникационных систем
	Умеет применять специфические особенности коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы в сфере рекламы и связей с общественностью в рамках профессиональной деятельности
	Владеет навыками применения специфических особенностей коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы в сфере рекламы и связей с общественностью в рамках профессиональной деятельности
ОПК-6.1. Отбирает для осуществления профессиональной деятельности необходимое техническое оборудование и программное обеспечение	Знает о необходимости и особенностях применения технического оборудования и программного обеспечения для осуществления профессиональной деятельности
	Умеет отбирать необходимое техническое оборудование и программное обеспечение для осуществления профессиональной деятельности
	Владеет навыками отбора и использования необходимого технического оборудования и программного обеспечения для осуществления профессиональной деятельности
ОПК-6.2. Применяет современные цифровые устройства, платформы и программное обеспечение на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов	Знает о современных цифровых устройствах, платформах и программном обеспечении, применяемых на различных этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и иных коммуникационных продуктов
	Умеет отбирать современные цифровые устройства, платформы и программное обеспечение на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и иных коммуникационных продуктов
	Владеет навыками применения современных цифровых устройств, платформ и программного обеспечения на различных этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и иных коммуникационных продуктов
ОПК-7.1. Знает цеховые принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности	Знает основные принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью
	Умеет применять на практике основные принципы, методы и инструменты социальной ответственности в профессиональной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью
	Владеет навыками прогнозирования эффектов и последствий профессиональной деятельности на основе

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения)
	применения принципов социальной ответственности
ОПК-7.2. Осуществляет отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом	Знает виды и источники информации, средства и приемы рекламы и связей с общественностью, принципы социальной ответственности и этические нормы, принятые профессиональным сообществом
	Умеет осуществлять отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом
	Владеет основными технологиями копирайтинга в онлайн и офлайн-среде при подготовке текстов рекламы и (или) связей с общественностью

Профессиональные компетенции выпускников и индикаторы их достижения:

Код и наименование профессиональной компетенции	Код ПС (при наличии ПС) или ссылка на иные основания	Код трудовой функции (при наличии ПС)	Индикаторы достижения компетенции
<b>Тип задач профессиональной деятельности: организационный</b>			
ПК-1 Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации 06.013 Специалист по информационным ресурсам		ПК-1.1. Выполняет функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью ПК-1.2. Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии ПК-1.3. Участвует в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры
ПК-2. Способен осуществлять стратегическое планирование интернет-кампаний	06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации 06.013 Специалист по информационным ресурсам		ПК-2.1. Участвует в процессе эффективного продвижения проекта и осуществляет успешную стратегию продвижения в онлайн среде ПК-2.2. Составляет и реализует стратегии продвижения проекта в информационно-телекоммуникационной сети интернет ПК-2.3. Осуществляет надлежащий контроль при реализации стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети интернет
ПК-3. Способен к формированию и обоснованию бюджета продвижения коммуникационного продукта	06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации 06.013 Специалист по информационным ресурсам		ПК-3.1. Формирует оптимальный бюджет для реализации стратегии продвижения; обосновывает необходимые расходы согласно показателям эффективности продвижения; вычисляет экономический эффект от реализации стратегии продвижения с учетом финансовых возможностей заказчика

			ПК-3.2. Проводит анализ экономических эффектов от реализации стратегии продвижения; определяет основные направления расходования средств согласно разработанной стратегии продвижения; обоснования расходов с использованием системы показателей эффективности продвижения
<b>Тип задач профессиональной деятельности: авторский</b>			
ПК-4. Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта	06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации 06.013 Специалист по информационным ресурсам		ПК-4.1. Создает тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта ПК-4.2. Создает информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применяет творческие решения с учетом мирового и отечественного опыта ПК-4.3. Создает основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании ПК-4.4. Применяет инструменты трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в оффлайн и онлайн среде
<b>Тип задач профессиональной деятельности: маркетинговый</b>			
ПК-5. Способен применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта	06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации 06.013 Специалист по информационным ресурсам		ПК-5.1. Использует основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта ПК-5.2. Принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта ПК-5.3. Осуществляет мониторинг обратной связи с разными целевыми группами
ПК-6. Способен проводить маркетинговые и социологические исследования	06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации 06.013 Специалист по информационным ресурсам		ПК-6.1. Определяет необходимость проведения исследований в своей профессиональной деятельности; разрабатывает и проводит маркетинговое и социологическое исследования; отбирает методы исследований, разрабатывает его инструментарий. ПК-6.2. Обосновывает необходимость использования в рекламной деятельности и связях с общественностью познавательный потенциал исследований; готовит, осуществляет полевые работы, обосновывает методы сбора и обработки данных в социологическом исследовании
<b>Тип задач профессиональной деятельности: технологический</b>			
ПК-7. Способен применять в профессиональной деятельности основные	06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой		ПК-7.1. При реализации коммуникационного продукта использует технологии медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн и онлайн

технологические решения, технические средства, приемы и методы коммуникаций	информации 06.013 Специалист по информационным ресурсам		среде ПК-7.2. При подготовке текстов рекламы и (или) связей с общественностью использует основные технологии копирайтинга в онлайн и офлайн среде. ПК-7.3. Применяет основные технологии организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами ПК-7.4. Участвует в формировании корпоративной культуры организации с помощью основных инструментов внутренних коммуникаций ПК-7.5. Использует современные технические средства и основные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта
<b>Тип задач профессиональной деятельности: проектный</b>			
ПК-8. Способен осуществлять разработку и реализацию индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью	06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации 06.013 Специалист по информационным ресурсам		ПК-8.1. Реализует типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью ПК-8.2. Готовит основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью ПК-8.3. Использует результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения)
ПК-1.1. Выполняет функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью	Знает должностные обязанности линейного менеджера отдела по рекламе
	Умеет выполнять функции линейного менеджера при реализации проекта по рекламе и связям с общественностью
	Владеет навыком анализа деятельности отдела по рекламе
ПК-1.2. Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии	Знает теоретические основы медиапланирования (базовые понятия, стратегии, подходы)
	Умеет планировать и организовывать работы по подготовке графиков реализации рекламных кампаний и коммуникационных программ в медиа, использовать критерии выбора рекламного носителя
	Владеет способностью осуществлять тактическое планирование мероприятий
ПК-1.3. Участвует в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры	Знает понятие и значимость внутренних коммуникаций, корпоративной идентичности и корпоративной культуры
	Участвует в организации внутренних коммуникаций

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения)
	Владеет навыками проведения мероприятий по формированию корпоративной культуры и идентичности
ПК-2.1. Участвует в процессе эффективного продвижения проекта и осуществляет успешную стратегию продвижения в онлайн среде	Знает основы медиастратегии
	Принимает участие в продвижении проекта в онлайн среде
	Владеет навыками ведения социальных сетей
ПК-2.2. Составляет и реализует стратегии продвижения проекта в информационно-телекоммуникационной сети интернет	Знает основы функционирования современных рекламно-маркетинговых коммуникаций в структуре масс-медиа, специфику функционирования отдельных средств массовых коммуникаций
	Умеет организовывать распространение рекламной продукции, в рамках традиционных и современных средств рекламы
	Владеет навыком создания стратегии продвижения
ПК-2.3. Осуществляет надлежащий контроль при реализации стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети интернет	Знает значение контроля при реализации стратегии продвижения
	Умеет оценивать эффективность продвижения проекта
	Владеет способностью создавать презентации, демонстрирующие реализацию стратегии продвижения в сети интернет
ПК-3.1. Формирует оптимальный бюджет для реализации стратегии продвижения; обосновывает необходимые расходы согласно показателям эффективности продвижения; вычисляет экономический эффект от реализации стратегии продвижения с учетом финансовых возможностей заказчика	Владеет навыками бюджетного планирования при организации и проведении кампаний в рекламе и связях с общественностью, включая планирование с жестким потолком затрат, планирование с плавающим потолком затрат, тоннельное планирование, планирование с гибким целевым дефицитом и планирование с условно неограниченным потолком затрат.
	Умеет соотносить затраты рекламного бюджета и эффективность кампании
	Способен применять на практике навыки оптимизации бюджета и постатейных перебросок средств
ПК-3.2. Проводит анализ экономических эффектов от реализации стратегии продвижения; определяет основные направления расходования средств согласно разработанной стратегии продвижения; обоснования расходов с использованием системы показателей эффективности продвижения	Знает основы проведения анализа экономических эффектов от реализации стратегии продвижения; определения основных направлений расходования средств согласно разработанной стратегии продвижения; обоснования расходов с использованием системы показателей эффективности продвижения
	Умеет проводить анализ экономических эффектов от реализации стратегии продвижения; определяет основные направления расходования средств согласно разработанной стратегии продвижения; обоснования расходов с использованием системы показателей эффективности продвижения
	Владеет практическими навыками проведения анализа экономических эффектов от реализации стратегии продвижения; определения основных направлений расходования средств согласно разработанной стратегии

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения)
	продвижения; обоснования расходов с использованием системы показателей эффективности продвижения
ПК-4.1. Создает тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта	Знает основы тайм-менеджмента
	Умеет придерживаться установленного графика в процессе создания любого медиапродукта
	Владеет навыками грамотной организации рабочего процесса с соблюдением установленных сроков
ПК-4.2. Создает информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применяет творческие решения с учетом мирового и отечественного опыта	знает методы создания и соблюдения графика в процессе создания медиа текста и (или) продукта
	умеет распределять свои трудовые ресурсы в соответствии с решаемыми профессиональными задачами и возникающими обстоятельствами
ПК-4.3. Создает основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании	владеет навыком выполнять свои профессиональные обязанности в рамках отведенного бюджета времени; навыками оперативного планирования и контроля профессиональной деятельности в области рерайтинга
ПК-5.1. Использует основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта	Знает основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта
	Умеет использовать основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта
	Владеет практическими навыками в использовании основных маркетинговых инструментов при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта
ПК-5.2. Принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта	Знает основы организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта
	Умеет организовывать и выполнять маркетинговые исследования, направленные на разработку и реализацию коммуникационного продукта
	Владеет практическими навыками в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта
ПК-5.3. Осуществляет мониторинг обратной связи с разными целевыми группами	Владеет принципами отслеживания реакции референтных групп на рекламные и информационные сообщения как в традиционных медиа, так и в блогосфере

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения)
	Способен отслеживать реакцию на рекламные сообщения в разных информационных источниках
	Владеет практическими навыками осуществления мониторинга обратной связи с разными целевыми группами, знает методы интерпретации реакции потребителей на рекламу
ПК-6.1. Определяет необходимость проведения исследований в своей профессиональной деятельности; разрабатывает и проводит маркетинговое и социологическое исследования; отбирает методы исследований, разрабатывает его инструментарий	Знает основы определения необходимости проведения исследований в своей профессиональной деятельности; основы разработки и проведения маркетингового и социологического исследования; основы отбора методов исследований, основы разработки его инструментария.
	Умеет определять необходимость проведения исследований в своей профессиональной деятельности; разрабатывать и проводить маркетинговое и социологическое исследования; отбирать методы исследований, разрабатывать его инструментарий
	Владеет практическими навыками определения необходимости проведения исследований в своей профессиональной деятельности; разработки и проведения маркетингового и социологического исследования; отбора методов исследований, разработки его инструментария.
ПК-6.2. Обосновывает необходимость использования в рекламной деятельности и связях с общественностью познавательный потенциал исследований; готовит, осуществляет полевые работы, обосновывает методы сбора и обработки данных в социологическом исследовании	Умеет формировать «сетку» для социологических и рыночных исследований, организовывать проведение фокус-групп и различных видов опросов, способен грамотно интерпретировать их результаты в интересах повышения общего потенциала рекламной деятельности и в интересах заказчика при организации рекламных и информационных кампаний
	Способен соотносить экономические и коммуникативные инструменты в рамках рекламной деятельности
	Владеет способностями анализа эффективности КСИ
ПК-7.1. При реализации коммуникационного продукта использует технологии медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн и онлайн среде	Знает основы технологий медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн и офлайн - среде при реализации коммуникационного продукта
	Умеет использовать технологии медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн и офлайн - среде при реализации коммуникационного продукта
	Владеет основными технологиями медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн и офлайн - среде при реализации коммуникационного продукта

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения)
ПК-7.2. При подготовке текстов рекламы и (или) связей с общественностью использует основные технологии копирайтинга в онлайн и офлайн среде.	Знает основы подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью и основные технологии копирайтинга в онлайн и офлайн- среде
	Умеет создавать тексты рекламы и (или) связей с общественностью и использовать основные технологии копирайтинга в онлайн и офлайн -среде
	Владеет основными технологиями копирайтинга в онлайн и офлайн-среде при подготовке текстов рекламы и (или) связей с общественностью
ПК-7.3. Применяет основные технологии организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами	Владеет практическими навыками организации пресс-конференций, подходов к прессе, круглых столов, а также иных форматов создания информационных поводов в сфере рекламы и связей с общественностью
	Знает способы интеграции спецмероприятий в общую коммуникативную стратегию компании (заказчика)
	Способен моделировать спецмероприятия под разные целевые группы
ПК-7.4. Участвует в формировании корпоративной культуры организации с помощью основных инструментов внутренних коммуникаций	Знает основные инструменты внутренних коммуникаций для участия в формировании корпоративной культуры организации
	Умеет использовать основные инструменты внутренних коммуникаций для участия в формировании корпоративной культуры организации
	Владеет основными инструментами внутренних коммуникаций для участия в формировании корпоративной культуры организации
ПК-7.5. Использует современные технические средства и основные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта	Знает основы современных технических средств и основных технологий цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта
	Умеет использовать современные технические средства и основные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения)
	Владеет современными техническими средствами и основными технологиями цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта
ПК-8.1. Реализует типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью	Знает основные типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью
	Умеет использовать основные типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью
	Владеет навыками реализации основных типовых алгоритмов проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью
ПК-8.2. Готовит основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью	Знает основы подготовки основных документов по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью
	Умеет готовить основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью
	Владеет практическими навыками подготовки основных документов по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью
ПК-8.3. Использует результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта	Знает основы использования результатов исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта
	Умеет использовать результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта
	Владеет навыками практического использования результатов исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта

## Структура государственной итоговой аттестации

Блок 3 Государственная итоговая аттестация включает подготовку к сдаче и сдачу государственного экзамена и подготовку к процедуре защиты и защиту выпускной квалификационной работы:

Государственная итоговая аттестация проводится государственными экзаменационными комиссиями в целях определения соответствия результатов освоения обучающимися основных образовательных программ соответствующим требованиям федерального государственного образовательного стандарта высшего образования. К государственной итоговой аттестации допускается обучающийся, не имеющий академической задолженности и в полном объеме выполнивший учебный план или индивидуальный учебный план по соответствующей образовательной программе высшего образования.

Государственная итоговая аттестация обучающихся по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (образовательная программа «Реклама и связи с общественностью») проводится в форме государственного экзамена и защиты выпускной квалификационной работы.

Выпускная квалификационная работа представляет собой выполненную обучающимся (несколькими обучающимися совместно) работу, демонстрирующую уровень подготовленности выпускника к самостоятельной профессиональной деятельности.

Решения ГЭК принимаются большинством голосов членов комиссии, участвующих в заседании, проведения государственной при обязательном присутствии итоговой аттестации по председателю комиссии. При равном числе голосов председатель комиссии обладает правом решающего голоса.

Для обучающихся из числа инвалидов государственная итоговая аттестация проводится в ДВФУ с учетом особенностей их психофизического развития, их индивидуальных возможностей и состояния здоровья.

Обучающиеся (включая обучающихся из числа инвалидов), не прошедшие государственное аттестационное испытание в связи с неявкой на государственное аттестационное испытание по неуважительной причине или в связи с получением оценки «неудовлетворительно» решения апелляционной комиссии (если таковое имеется) исчисляются из ДВФУ с выдачей справки об обучении как не выполнившие обязанностей по добросовестному освоению образовательной программы и выполнению учебного плана, в соответствии с локальным актом.

Лицо, не прошедшее государственную аттестацию, может повторно пройти государственную итоговую аттестацию не ранее, чем через 10 месяцев и не позднее чем, через пять лет после срока проведения государственной итоговой аттестации, которая не была пройдена обучающимся. Указанное лицо может повторно пройти государственную итоговую аттестацию не более двух раз.

Повторная государственная итоговая аттестация осуществляется через процедуру восстановления в состав обучающихся ДВФУ в соответствии с локальными актами вуза и проводится государственной экзаменационной комиссией нового созыва. Восстановление претендента производится на период

времени не менее предусмотренного календарным учебным графиком для государственной итоговой аттестации по соответствующей образовательной программе и оформляется приказом ректора или другого уполномоченного лица.

При повторном прохождении государственной итоговой аттестации по желанию обучающегося решением департамента, ему может быть установлена иная тема выпускной квалификационной работы.

В случае изменения перечня аттестационных испытаний, входящих в состав ГИА, выпускники, повторно допущенные к прохождению государственной итоговой аттестации, проходят государственные аттестационные испытания в соответствии с перечнем, действовавшим в год окончания теоретического курса.

Прохождение повторных государств аттестационных испытаний производится в сроки, установленные для работы ГЭК данного созыва, и в порядке, предусмотренном данным Положением для первой государственной итоговой аттестации. Отчисление из вуза лиц данной категории производится в соответствии с указанным выше порядком. Обучающиеся, не прошедшие государственную итоговую аттестацию в связи с неявкой на государственное аттестационное испытание по уважительной причине (временная нетрудоспособность, исполнение общественных или государственных обязанностей, вызов в суд, транспортные проблемы (отмена рейса, погодные условия или в других исключительных документально подтвержденных случаях), вправе пройти ее в течение 6 месяцев после завершения государственной итоговой аттестации без отчисления из университета. Обучающийся должен представить администратору ОП документ, подтверждающий причину его отсутствия.

Перенос сроков прохождения государственной итоговой аттестации осуществляется на основании личного заявления обучающегося, раскрывающего причину переноса сроков, с приложением документов. Дополнительные заседания соответствующей экзаменационной комиссии организуются школой ДВФУ в сроки, но не позднее шести месяцев с момента завершения ГИА.

### **Порядок подачи и рассмотрения апелляций по результатам государственных аттестационных испытаний**

По результатам государственных испытаний обучающийся имеет право на апелляцию.

Обучающийся имеет право подать в комиссию письменную апелляцию о нарушении, по его мнению, установленной процедуры проведения государственного аттестационного испытания и (или) о своем несогласии с результатами государственного аттестационного испытания.

Апелляция подается лично обучающимся в апелляционную комиссию не позднее следующего рабочего после объявления результатов государственного аттестационного испытания.

В состав апелляционной комиссии включаются не менее 4 человек из числа лиц, относящихся к профессорско-преподавательскому составу ДВФУ, и не входящих в составы государственных экзаменационных комиссий.

Для рассмотрения апелляций секретарь ГЭК направляет в апелляционную комиссию протокол ГЭК, заключение председателя ГЭК о соблюдении процедурных вопросов при проведении ГИА, а также письменные ответы обучающегося – для рассмотрения апелляции по проведению государственного экзамена, либо ВКР, отзыв и рецензию – для рассмотрения апелляции по проведению защиты ВКР.

Апелляция рассматривается не позднее 2 рабочих дней со дня подачи апелляции на заседании апелляционной комиссии, на которое приглашаются председатель государственной аттестационной комиссии и обучающийся, подавший апелляцию. Заседание апелляционной комиссии может проводиться без обучающегося, подавшего апелляцию.

Решение апелляционной комиссии доводится до сведения обучающегося, подавшего апелляцию, в течение 3 дней со дня заседания апелляционной комиссии. Факт ознакомления обучающегося, подавшего апелляцию, решением апелляционной комиссии удостоверяется подписью обучающегося.

При рассмотрении апелляции о нарушении порядка проведения государственного аттестационного испытания апелляционная комиссия принимает одно из следующих решений:

- об отклонении апелляции, если изложенные в ней сведения о нарушениях процедуры проведения государственно итоговой аттестации обучающегося не подтвердились и (или) не повлияли на результат государственного аттестационного испытания;

- об удовлетворении апелляции, если изложенные в ней сведения о допущенных нарушениях процедуры проведения государственной итоговой государственного аттестационного испытания подтвердились и не повлияли на результат государственного аттестационного испытания.

В случае принятия решения об удовлетворении апелляции о нарушении порядка проведения аттестационного испытания результат проведения государственного аттестационного испытания подлежит аннулированию, в связи с чем, протокол о рассмотрении апелляции не позднее следующего рабочего дня передается в государственную экзаменационную комиссию для реализации решения апелляционной комиссии. Обучающемуся предоставляется возможность пройти государственное аттестационное испытание в сроки, установленные университетом.

При рассмотрении апелляции о несогласии с результатами государственного аттестационного испытания комиссия выносит одно из следующих решений:

- об отклонении апелляции и сохранении результата государственного аттестационного испытания;

- об удовлетворении апелляции и выставлении иного результата государственного аттестационного испытания.

Решение апелляционной комиссии не позднее следующего рабочего дня передается в государственную экзаменационную комиссию.

Решение апелляционной комиссии является основанием для аннулирования результата государственного испытания и выставления нового.

Решение апелляционной комиссии является окончательным и пересмотру не подлежит.

Повторное проведение государственного аттестационного испытания осуществляется в присутствии одного из членов апелляционной комиссии.

Апелляция на повторное проведение государственного аттестационного испытания не принимается.

### **Содержание программы государственного экзамена**

Вопросы к междисциплинарному государственному экзамену по профилю «Реклама и связи с общественностью» составлены по следующим дисциплинам:

- Теория и практика рекламы;
- Теория и практика связей с общественностью;
- Основы теории коммуникации.

### **Содержание учебной дисциплины «Теория и практика рекламы»**

Раздел I. Основы рекламы (6 час.)

Тема 1. История развития рекламной сферы (2 час.)

1. Понятие медиаотрасли.
2. Понятие рекламы, ее характерные черты и функции.
3. История рекламы: основные вехи становления и развития.

Тема 2. Авторы рекламных концепций (2 час.)

1. Роль У. Бернбаха в развитии рекламной сферы.
2. Роль Л. Барнетта в развитии рекламной сферы.
3. Роль Р. Ривза в развитии рекламной сферы.
4. Роль Д. Огилви в развитии рекламной сферы.

Тема 3. Модели рекламных коммуникаций (2 час.)

1. Место рекламы в маркетинговых коммуникациях.
2. Анализы SOSTAC и SWOT в рекламе.
3. Модели AIDA и AIMDA: сущность и действие.
4. Модель DAGMAR: сущность и действие.
5. Модель DIBABA: сущность и действие.
6. Модель АССА: сущность и действие.
7. Модель ОДОБРЕНИЕ: сущность и действие.

Раздел II. Способы влияния на потребителя в рекламной коммуникации (4 час.)

Тема 5. Потребитель в рекламе. Целевая аудитория рекламной кампании (2 час.)

1. Понятие потребителя в рекламе. Потребности ЦА.
2. Сегментация ЦА.

3. Основные мотивы, использующиеся в рекламном сообщении.

Тема 6. Современные технологии манипуляции сознанием в рекламе (2 час.)

1. «Манипуляция сознанием»: определение понятийной категории.
2. Манипулятивные приёмы в рекламе.
3. Приемы «eye-stopper» в рекламе.

Раздел III. Виды и типы рекламы (8 час.)

Тема 7. Основные виды рекламы по объекту информирования и институциональному субъекту (2 час.)

1. Основные черты коммерческой рекламы.
2. Понятие и сущность социальной рекламы.
3. Сходства и различия коммерческой и социальной рекламы.
4. Понятие и сущность политической рекламы.

Тема 8. Типология рекламы по носителям рекламного обращения (4 час.).

1. Виды наружной рекламы.
2. Виды печатной рекламы.
3. Виды и жанры рекламы в прессе.
4. Формы и жанры телевизионной рекламы.
5. Формы и жанры рекламы на радио.

Тема 9. Реклама в сети Интернет (2 час.).

1. История возникновения сети Интернет и рекламы в ней
2. Виды рекламы в сети Интернет
3. Оценка эффективности рекламы сети Интернет

### **Содержание учебной дисциплины «Теория и практика связей с общественностью»**

Раздел 1. Общие теоретические аспекты связей с общественностью

Тема 1. Основные понятия и определения связей с общественностью (2 ч.).

Понятие «связи с общественностью». Общественность, коммуникации, публичные коммуникации. Характер и содержание связей с общественностью. Цель, задачи связей с общественностью. Функции и принципы связей с общественностью. Понятия имиджа и репутации. Связи с общественностью и близкая к ним деятельность.

Тема 2. Роль связей с общественностью в современном обществе (2 ч.).

История возникновения и развития связей с общественностью за рубежом и в России. Связи с общественностью как профессиональный вид деятельности. Содержание профессиональной деятельности PR-специалиста. Сферы функционирования связей с общественностью в современном мире.

Тема 3. Общественное мнение как объект деятельности связей с общественностью (2 ч.).

Понятие общественности и классификация групп общественности. Понятие общественного мнения и его структура. Процесс формирования общественного мнения. Социально-психологические основы управления общественным мнением в связях с общественностью. Типы исследования

общественного мнения в связях с общественностью. Факторы управления общественным мнением. Алгоритм работы PR-специалиста с группами общественности.

Раздел 2. Направления деятельности в области связей с общественностью  
Тема 4. Направления и средства связей с общественностью (2 ч.).

Формы взаимодействия со СМИ. Паблицити. Пресс-конференция, понятие и виды брифинга, пресс-киты, пресс-релиз и пост-релиз. Спонсорская и благотворительная деятельность, фандрайзинг. Лоббирование. Событийный PR. Формирование имиджа. Брендинг. Внутрифирменный PR. Антикризисный PR. Лидеры общественного мнения.

Тема 5. Корпоративный PR (2 ч.).

Понятие и виды имиджа. Специфика корпоративного имиджа. Миссия, видение, корпоративная философия. Контактные аудитории корпоративного PR. Инструменты формирования и управления корпоративным имиджем. Кодекс этики. Фирменный стиль.

Тема 6. Управление деловой репутацией (2 ч.).

Понятие репутации. Личная и деловая репутация. Репутационный менеджмент: цель, задачи, принципы. Анализ репутации компании. Контроль инфополя. Инструменты управления деловой репутацией.

Тема 7. Антикризисный PR (2 ч.).

Понятие и виды кризисов в компании. Цели и принципы антикризисного PR. Управление кризисными ситуациями. Выход из кризиса и преодоление его последствий. Построение антикризисной коммуникационной стратегии. Инструменты антикризисного PR.

Раздел 3. Управление деятельностью в области связей с общественностью

Тема 8. PR-менеджмент (4 ч.)

Особенности деятельности PR-службы в общественных организациях, коммерческих структурах и органах власти. Разработка стратегии и тактики деятельности в области связей с общественностью. Планирование работы PR-службы. Мониторинг и контроль информационного пространства. Технология разработки PR-кампаний. Оценка эффективности деятельности в сфере связей с общественностью.

### **Содержание дисциплины «Основы теории коммуникации»**

Раздел 1. Теория коммуникации и коммуникативистика

Тема 1. Истоки и основные этапы развития теории коммуникации (2 ч.).

Предмет коммуникации, объект коммуникации, междисциплинарный характер коммуникации. Законы теории коммуникации. Наука как форма человеческой деятельности, связанная с выработкой и теоретической систематизации объективных знаний о действительности, ориентирована на открытие и формулирование законов природы и общества. Коммуникация в античности. ораторское искусство как средство развития коммуникации. Коммуникация в средневековье. Коммуникация в эпоху Возрождения и Нового времени. Современные теории коммуникации: бихевиоризм, персонализм, экзистенциализм. Герменевтика.

## Тема 2. Информация и информационная деятельность (2 ч.).

Информация, различные подходы к толкованию: философский, физико-биологический, формально-математический, социологический. Виды информации: физическая, биологическая, социальная. Виды информационных систем: естественные и искусственные. Человек и его роль в информационном развитии. Понятие информационной деятельности. Формирование, кодирование и декодирование, хранение, трансформация, использование информации. Свойства информации: новизна, доступность, сложность, достоверность, полнота, полезность. Информация, ее виды. Социальная информация, ее виды и уровни манифестации. Теория информационного общества.

## Тема 3. Коммуникация как процесс и структура (2 ч.).

Неосознанная и осознанная активность человека: поведение и деятельность. Коммуникация как деятельность и поведение. Коммуникация как структура. Основные элементы коммуникативной структуры. Коммуникация как процесс и структура. Типологический анализ коммуникации. Функции коммуникации. Функциональный анализ коммуникации.

## Тема 4. Субъекты коммуникации (2 ч.).

Коммуникатор и коммуникант. Коммуникативная роль. Коммуникативный статус. Индивидуальный и коллективный субъект. Аудитория, ее виды и психологические особенности. Сегментация аудитории.

## Раздел 2. Парадигмы, виды и уровни коммуникации

## Тема 5. Виды коммуникации (2 ч.).

Язык как естественный вид коммуникации. Семиотика – наука о законах. Знак. Индексальные знаки. Символические знаки. Семантика. Синтактика. Прагматика. Треугольник Фреге. Соотношение языка и речи. Понятие невербальной коммуникации. Соотношение вербальной и невербальной коммуникации. Пара и экстралингвистические особенности невербальной коммуникации. Мимика. Жесты. Организация пространства и времени коммуникативного процесса.

## Тема 6. Межличностная коммуникация и коммуникации в малых группах (2 ч.).

Понятие межличностной коммуникации. Речевое и неречевое поведение в межличностном взаимодействии. Чувства и эмоции как коммуникативные действия. Особенности коммуникации в малых группах. Понятие малой группы. Виды малой группы. Верхний предел группы.

## Тема 7. Массовая коммуникация (2 ч.).

Понятие и характеристики массовой коммуникации. Стадии развития массовой коммуникации. Средства массовой коммуникации. Функции средств массовой коммуникации. Методы и модели исследования массовой коммуникации. Аудитория массовой коммуникации. Типы аудитории. Непонимание информации. Функции массовой коммуникации. Теории массовой коммуникации.

## Тема 8. Виды профессионально-ориентированной коммуникации (2 ч.)

Коммуникация как функция управления организацией. Особенности внутренних коммуникаций в организации. Виды коммуникаций в организациях. Формы деловой коммуникации в организации. Особенности маркетинговых коммуникаций. Понятие политической коммуникации. Структура, средства и модели политической коммуникации. Электоральная политическая коммуникация. Политическая коммуникация в информационном обществе.

Тема 9. Межкультурная коммуникация (2 ч.).

Понятие межкультурной коммуникации. Уровни и формы межкультурной коммуникации. Лингвокультурологические аспекты межкультурной коммуникации. Типы восприятия межкультурных различий. Понятие креолизованного текста. Прецедентный текст. Коммуникации в рекламе и связях с общественностью. Семиотика в рекламе и связях с общественностью.

Перечень вопросов междисциплинарного государственного экзамена по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, профиль «Реклама и связи с общественностью»

**1-й вопрос – Теория и практика рекламы:**

1. Понятие рекламы, ее отличия от PR
2. Характерные черты добросовестной рекламы
3. Функции рекламы
4. История развития рекламной коммуникации
5. Средства коммуникации в ATL и BTL
6. Анализ PEST при разработке рекламных обращений
7. Анализа SWOT при разработке рекламных обращений
8. Анализ SOSTAC при разработке рекламных обращений
9. Рекламные модели: сущность и действие
10. Понятие потребителя в рекламе. Потребности ЦА
11. Сегментация целевой аудитории рекламы
12. Основные мотивы, использующиеся в рекламном сообщении
13. Уровни позиционирования товара или услуги
14. Манипулятивные приёмы в рекламе
15. Понятие апелляции в рекламе, виды апелляций
16. «Eye-stopper» в рекламе: стихи
17. Использование ненормативной лексики как одного из eye-stopper-ов
18. Основные черты коммерческой рекламы
19. Характеристики коммерческой рекламы
20. Понятие и сущность социальной рекламы
21. Виды социальной рекламы
22. Актуальные темы социальной рекламы в России и мире
23. Сходства и различия коммерческой и социальной рекламы
24. Понятие и сущность политической рекламы
25. Функции политической рекламы
26. Методы телеизмерений аудитории рекламы на ТВ

27. Формы и жанры телевизионной рекламы
28. Типы использования Интернета в качестве рекламного канала
29. Виды web-сайтов
30. Блог как рекламная площадка: преимущества и недостатки
31. Типы интернет-баннеров
32. Вирусная и тизерная реклама в сети Интернет: преимущества и недостатки

## **2-й вопрос – Теория и практика связей с общественностью:**

1. Понятие «связи с общественностью». Общественность, коммуникации, публичные коммуникации.
2. Характер и содержание связей с общественностью. Цели и задачи связей с общественностью.
3. Функции и принципы связей с общественностью.
4. Понятия имиджа и репутации, отличительные признаки.
5. История возникновения и развития связей с общественностью за рубежом.
6. История возникновения и развития связей с общественностью в России.
7. Связи с общественностью как профессиональный вид деятельности. Содержание профессиональной деятельности PR-специалиста.
8. Понятие общественности и классификация групп общественности.
9. Понятие общественного мнения и его структура. Процесс формирования общественного мнения.
10. Социально-психологические основы управления общественным мнением в связях с общественностью. Факторы управления общественным мнением.
11. Типы исследования общественного мнения в связях с общественностью.
12. Алгоритм работы PR-специалиста с группами общественности.
13. Формы взаимодействия со СМИ. Паблицити.
14. Пресс-конференция, понятие и виды брифинга.
15. Спонсорская и благотворительная деятельность, фандрайзинг.
16. Особенности событийного PR.
17. Процесс формирования имиджа. Понятие и виды имиджа. Специфика корпоративного имиджа.
18. Понятие, цели, задачи и инструменты брендинга.
19. Лидеры общественного мнения.
20. Миссия, видение, корпоративная философия. Контактные аудитории корпоративного PR.

21. Инструменты формирования и управления корпоративным имиджем.
22. Понятие репутации. Личная и деловая репутация.
23. Репутационный менеджмент: цель, задачи, принципы. Анализ репутации компании.
24. Инструменты управления деловой репутацией.
25. Понятие и виды кризисов в компании.
26. Цели и принципы антикризисного PR. Построение антикризисной коммуникационной стратегии. Инструменты антикризисного PR.
27. Управление кризисными ситуациями. Выход из кризиса и преодоление его последствий.
28. Особенности деятельности PR-службы в общественных организациях, коммерческих структурах и органах власти.
29. Разработка стратегии и тактики деятельности в области связей с общественностью.
30. Планирование работы PR-службы. Мониторинг и контроль информационного пространства.
31. Технология разработки PR-кампаний.
32. Оценка эффективности деятельности в сфере связей с общественностью.

### **3-й вопрос – Основы теории коммуникации:**

1. Предмет коммуникации, объект коммуникации, междисциплинарный характер коммуникации.
2. Законы теории коммуникации.
3. Современные теории коммуникации: бихевиоризм, персонализм, экзистенциализм. Герменевтика.
4. Виды информации: физическая, биологическая, социальная. Виды информационных систем: естественные и искусственные.
5. Формирование, кодирование и декодирование, хранение, трансформация, использование информации.
6. Информация, ее виды. Свойства информации: новизна, доступность, сложность, достоверность, полнота, полезность.
7. Теория информационного общества.
8. Коммуникация как деятельность и поведение. Коммуникация как структура. Основные элементы коммуникативной структуры.
9. Типологический анализ коммуникации.
10. Функции коммуникации. Функциональный анализ коммуникации.
11. Коммуникатор и коммуникант. Коммуникативная роль. Коммуникативный статус.

12. Аудитория, ее виды и психологические особенности. Сегментация аудитории.

13. Язык как естественный вид коммуникации.

14. Семиотика – наука о законах.

15. Знак. Индексальные знаки. Символические знаки.

16. Семантика. Синтактика. Прагматика. Треугольник Фреге.

17. Понятие невербальной коммуникации. Соотношение вербальной и невербальной коммуникации.

18. Пара и экстралингвистические особенности невербальной коммуникации.

19. Понятие межличностной коммуникации. Речевое и неречевое поведение в межличностном взаимодействии.

20. Особенности коммуникации в малых группах.

21. Понятие и характеристики массовой коммуникации. Стадии развития массовой коммуникации.

22. Средства массовой коммуникации.

23. Методы и модели исследования массовой коммуникации.

24. Аудитория массовой коммуникации. Типы аудитории.

25. Теории массовой коммуникации.

26. Особенности внутренних коммуникаций в организации. Виды коммуникаций в организациях.

27. Особенности маркетинговых коммуникаций.

28. Понятие политической коммуникации. Структура, средства и модели политической коммуникации.

29. Понятие межкультурной коммуникации. Уровни и формы межкультурной коммуникации.

30. Понятие креолизованного текста. Прецедентный текст.

31. Коммуникации в рекламе и связях с общественностью.

32. Семиотика в рекламе и связях с общественностью.

### **Рекомендации обучающимся при подготовке к государственному экзамену**

Самостоятельная подготовка к государственному экзамену представляет собой закрепление на более высоком уровне знаний в области изученных в процессе освоения образовательной программы дисциплин, вынесенных на экзамен, их углубление и самопроверку. Основным подходом при подготовке к экзамену должен стать комплексно-интегративный подход, что позволит проанализировать рассматриваемые вопросы с научно-теоретических и прикладных позиций, выявить их взаимосвязь и взаимообусловленность.

Целесообразно начать подготовку с внимательного изучения списка вопросов, выносимых на экзамен, структурирования каждой из обозначенных

проблем, что впоследствии станет основой ответа на поставленный в экзаменационном билете вопрос. Опираясь на список рекомендованной литературы, следует подобрать необходимые для подготовки учебники и учебные пособия, справочную и периодическую литературу. При необходимости, можно воспользоваться неопубликованными материалами (ведомственными документами, Интернет-источниками, данными электронных СМИ и т.п.)

Рекомендуется подготовку к государственному экзамену вести последовательно, в соответствии с предложенным списком вопросов. Однако возможно использовать индивидуальную схему подготовки, соответствующую способностям и возможностям студента. При этом, подготовка к экзамену может осуществляться как в устной, так и в письменной форме.

Осуществляя подготовку по конкретному вопросу, следует внимательно изучить базовую учебную литературу по дисциплине, к которой он относится. Это позволит раскрыть суть явления, основные парадигмы его изучения, выявить его важнейшие характеристики. Далее, следует обратиться к современным источникам, позволяющим более подробно рассмотреть специфические аспекты изучаемого явления, его современное состояние, изучить специальные методы решения связанных с ним практических проблем, проанализировать имеющийся отечественный и зарубежный опыт деятельности, статистические данные, данные прикладных исследований. Полученную информацию следует систематизировать, придав ей последовательный, логически завершённый и непротиворечивый вид.

При ответе на вопросы программы государственного экзамена целесообразно соблюдать такую последовательность:

- охарактеризовать сущность явления, лежащего в основе рассматриваемой проблемы;
- сформулировать и предложить чёткое и понятное определение этого явления;
- раскрыть основные характеристики рассматриваемого явления (свойства, функции, принципы и способы жизнедеятельности и т.п.), оценить его масштабность и значимость;
- выделить и охарактеризовать основные пути и способы практического решения рассматриваемой проблемы.

Следует продумать систему примеров, иллюстрирующих теоретические положения, по возможности рассмотреть историю изучения проблемы, как в отечественной, так и в зарубежной науке.

Кроме того, дополнительными аргументами в пользу высокой оценки на государственном экзамене является знание выпускником актуальных правовых актов в области рекламы и связей с общественностью, умение устанавливать междисциплинарные и межпредметные связи между изученными учебными дисциплинами, чётко и последовательно излагать свои знания, наличие собственной личностной и профессиональной позиции.

## **Требования к выпускным квалификационным работам и порядку их выполнения**

Выпускная квалификационная работа (ВКР) является заключительным этапом подготовки бакалавра и, наряду с государственным экзаменом, входит в государственную итоговую аттестацию. ВКР призвана продемонстрировать высокий уровень теоретической и профессиональной эрудиции выпускника, его методическую подготовленность, владение умениями и навыками всех видов профессиональной деятельности. В ВКР должны реализоваться накопленные студентом в процессе обучения знания и умения. Она должна представлять собой самостоятельное исследование или творческую разработку, в которых на основе полученных знаний по общепрофессиональным дисциплинам, а также на основе знаний по узкой профилизации, выдвигается, обосновывается и отстаивается собственная позиция по той или иной проблеме, имеющей теоретическое, методическое или практическое значение.

### **Организационно-методические указания**

#### **Цель и задачи выпускной квалификационной работы**

Цель выпускной квалификационной работы – систематизация, закрепление и расширение теоретических знаний и практических умений, применение их при решении конкретных научно-исследовательских, научно-практических и творческих задач. ВКР служит развитию навыков самостоятельной работы и выявляет подготовленность выпускника к профессиональной деятельности в современных условиях.

Цель ВКР предопределяет ее задачи. При выполнении работы студент должен:

- самостоятельно поставить научно-исследовательскую, научно-практическую или творческую задачу, оценить ее актуальность и значимость;
- собрать информацию по теме работы;
- проанализировать и систематизировать собранный материал;
- на основе анализа собранного материала выявить проблему (проблемы), исследование которой необходимо для глубокого и целостного раскрытия заявленной темы;
- сформулировать, обосновать и аргументировать выводы по теме ВКР;
- сформулировать рекомендации и предложения по внедрению полученных результатов в практику;
- создать уникальный авторский материал уровня соответствующего требованиям средств массовой информации.

Общими принципами построения дипломной работы являются:

- целевая направленность;
- четкость построения;
- логическая последовательность;
- глубина исследования и полнота освещения вопросов;
- убедительность аргументации;
- краткость и точность формулировок;
- конкретность изложения результатов работы;

- доказательность выводов и обоснованность рекомендаций;
- грамотное оформление.

### **Нормативные требования, предъявляемые к выпускной квалификационной работе**

К сдаче выпускной квалификационной работы допускаются студенты, завершившие полный курс обучения и успешно прошедшие все аттестационные испытания, предусмотренные учебным планом, включая государственный экзамен.

Тематика выпускных квалификационных работ разрабатывается в кафедре Департаменте коммуникаций и медиа Школы искусств и гуманитарных наук ДВФУ в соответствии с приоритетными направлениями развития науки и потребностями практики.

Студенту предоставляется право выбора темы по предложенному кафедрой перечню тем или предложение своей темы с необходимыми обоснованиями целесообразности ее разработки. Выбору темы ВКР обязательно предшествует консультация с научным руководителем, в процессе которой студент уточняет объем и содержание темы, круг вопросов, подлежащих изучению, сроки представления разделов работы и ее окончательного варианта. Тема ВКР должна соответствовать профилю, по которому студент проходит обучение.

Недопустимым является выбор одной и той же темы ВКР двумя и более студентами, направленными на одно предприятие или в одну организацию для прохождения преддипломной практики.

Тема ВКР закрепляется за студентом по его личному письменному заявлению на имя директора Департамента, поданного до 1 ноября текущего года и оформляется приказом по ШИГН ДВФУ. Тема ВКР, а также ее научный руководитель закрепляются за студентом решением кафедры. Уточнение и изменение (корректировка) темы выпускной квалификационной работы после утверждения приказа не допускается.

Объем выпускной квалификационной работы: 50-70 страниц, количество источников в списке литературы: 35-50 (источники не старше 5 лет, за исключением неперездаваемых источников).

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

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

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

ВКР должна иметь практическую часть, которая отражает базу исследования и представляет собой проект (программу), либо самостоятельное исследование, либо научно значимый анализ источников на примере конкретной организации. В единичных случаях допускается исключение практического раздела, в случае глубокого, имеющего элементы научной новизны и широкую научную базу теоретического исследования, включающего сравнительный анализ актуальной российской и зарубежной литературы по проблеме, а также сравнительный анализ эмпирических исследований и моделей деятельности в рассматриваемой сфере. Содержание исследования и его научный аппарат должны соответствовать заявленной теме.

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

Студенты должны предоставить задание, график выполненных работ. График включает такие параметры, как выбор темы и согласование ее с руководителем, составление предварительной библиографии, плана работы, разработка и представление руководителю частей работы, доработка ВКР в соответствии с замечаниями руководителя, оформление работы, проверка работы в системе «Антиплагиат», подготовка доклада и презентации, защита работы и представление ее на кафедру. Для допуска работы к защите необходимо соблюдать сроки выполнения каждого этапа работ, график должен быть соблюден не менее чем на 80 %. Сроки выполнения каждого этапа работы определяются нормативными документами ДВФУ.

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

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

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

- представление студента членам комиссии секретарем ГЭК;

- сообщение студента с использованием наглядных материалов и компьютерной техники об основных результатах выпускной квалификационной работы (не более 7 минут);

- вопросы членов ГЭК и присутствующих после доклада студента;
- ответы студента на заданные вопросы;
- отзыв научного руководителя на ВКР;
- зачитывание секретарем ГЭК рецензии;
- ответы студента на замечания рецензента.

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

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

Выпускная квалификационная работы готовится в обычном бумажном виде. Однако при сдаче ВКР на рассмотрение Государственной экзаменационной комиссии к ней прилагается ее электронная копия, записанная на CD-диске.

В электронной копии повторяется бумажный вариант ВКР, а также прилагаются электронные версии радио- и телепередач.

По окончании публичной защиты члены Государственной экзаменационной комиссии на закрытом заседании обсуждают результаты защиты выпускных квалификационных работ, оценивают их с учетом сдачи государственного экзамена.

Результат защиты определяется оценками «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно» и объявляется в тот же день после оформления в установленном порядке протоколов заседаний экзаменационной комиссии по защите выпускных квалификационных работ.

В качестве дополнительных рекомендаций ГЭК может указать на значимость проведенного исследования, дальнейшего использования полученных результатов в научных и практических приложениях, для публикации, применения в учебном процессе и т.д.

Государственная экзаменационная комиссия принимают решение о присвоении студенту квалификации бакалавр по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, о выдаче диплома о высшем образовании государственного образца, о выдаче диплома с отличием (если студент достиг особых успехов в освоении профессиональной образовательной программы и прошел все виды государственных итоговых аттестационных испытаний с оценкой «отлично» и имеет за период обучения не менее чем по 75% всех дисциплин учебного плана, оценку «отлично», а по остальным дисциплинам – оценку «хорошо») и о продолжении учебы выпускника в аспирантуре.

Если студент получил оценку «неудовлетворительно» при защите выпускной квалификационной работы, то он отчисляется из университета. Государственная экзаменационная комиссия решает, может ли студент при

восстановлении представить к повторной защите ту же работу с доработкой, определяемой комиссией, или обязан выполнить работу по новой теме.

После защиты выпускной квалификационной работы студент сдает работу в бумажном и электронном виде на кафедру под роспись.

Дипломные работы хранятся на кафедре в течение 5 лет, после чего передаются на хранение в архив по акту.

Критерии оценки результатов сдачи государственного экзамена		
Баллы	Оценка экзамена	Требования к сформированным компетенциям
86-100	«отлично»	Оценка «отлично» выставляется студенту, если он глубоко и прочно усвоил программный материал в области теории и практики рекламы и связей с общественностью, исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно его излагает, умеет тесно увязывать теорию и практику рекламы и связей с общественностью, свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний, причем не затрудняется с ответом при видоизменении заданий, использует в ответе материал монографической литературы, правильно обосновывает принятое решение, владеет подходами к выполнению практических задач в области социологии.
76-85	«хорошо»	Оценка «хорошо» выставляется студенту, если он твердо знает материал в области теории и практики рекламы и связей с общественностью, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, правильно применяет теоретические положения при ответе на практические вопросы, владеет необходимыми навыками и приемами решения задач и показывает это в своем ответе.
61-75	«удовлетворительно»	Оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если он имеет знания только основного материала в области теории и практики рекламы и связей с общественностью, но не усвоил его деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушения логической последовательности в изложении программного материала, испытывает затруднения при ответе на практические вопросы в области социологического знания

#### Критерии оценки результатов защиты ВКР

Баллы	Оценка экзамена	Требования к сформированным компетенциям
86-100	<i>отлично</i>	Оценка «отлично» выставляется студенту, если: его доклад показывает прочные знания в области основных аспектов рекламы и связей с общественностью, в т. ч. в конкретной сфере, освещаемой в ВКР; доклад отличается глубиной и полнотой раскрытия темы; студент владеет терминологическим аппаратом рекламы и связей с общественностью, делать выводы и обобщения, исчерпывающе и последовательно давать аргументированные ответы, приводить примеры из

		практической области деятельности в рассматриваемой сфере; студент свободно владеет монологической речью, логично и последовательно излагает суть проблемы; презентация доклада была выполнена и представлена на основе безупречного владения современными технологиями; график выполнения ВКР полностью соблюдался; отзывы научного руководителя и рецензента говорят о высоком уровне выполнения ВКР; ВКР выполнена студентом с полным соблюдением основных стандартов ее подготовки.
76-85	<i>хорошо</i>	Оценка «хорошо» выставляется студенту, если: студент показал в докладе 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; отзывы научного руководителя и рецензента говорят о высоком уровне выполнения ВКР; ВКР выполнена с соблюдением основных стандартов ее подготовки.
61-75	<i>удовлетворительно</i>	Оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если: он показал в докладе знания в области рекламы и связей с общественностью и в конкретной сфере исследования; ответил на ряд вопросов, связав теорию рекламы и связей с общественностью с практикой, но не ответил на некоторые вопросы; презентация доклада была представлена, но с рядом ошибок; выполнил ВКР, в основном, соблюдая стандарты подготовки; график выполнения ВКР в основном соблюдался; отзывы научного руководителя и рецензента говорят о недостаточно высоком уровне выполнения ВКР.
менее 60	<i>неудовлетворительно</i>	Оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, если он показал в докладе слабые знания в области рекламы и связей с общественностью и в конкретной сфере исследования; не ответил на вопросы; презентация доклада не была представлена; выполнил ВКР с нарушением стандартов и графика подготовки; отзывы научного руководителя и рецензента говорят о низком уровне выполнения ВКР.

Оценка за ВКР выставляется на коллегиальной основе после обсуждения и согласования мнений членов Государственной экзаменационной комиссии, руководителя и рецензентов. Критерии оценки отражают требования к уровню квалификации бакалавра, зафиксированные в федеральном государственном образовательном стандарте.

Общая оценка выпускной квалификационной работы складывается из оценки качества самой работы и оценки защиты, кроме того, во внимание принимается:

- уровень актуализации студентом знаний, умений и навыков, полученных в ходе обучения;
- позиционная определенность будущего бакалавра в профессионально значимых проблемах.

При оценке качества ВКР учитывается ее уровень – работа должна носить инновационный характер, содержать элементы практического вклада в исследуемую проблему. При оценке ВКР также обращается внимание на правильность оформления работы, в том числе правильность оформления справочного и библиографического материала.

Для объективности оценки анализируется содержание каждой части работы, с точки зрения постановки студентом проблемы, определения и уточнения понятийного аппарата, разработки классификаций и их признаков, выявления причин негативных явлений и процессов, определения основных направлений решения проблемы, обобщения, систематизации и анализа различных точек зрения, критики отдельных позиций, внесения предложений практического характера.

При оценке защиты дипломной работы обращается внимание на следующие параметры:

- способен ли студент ясно и четко сформулировать теоретические положения, лежащие в основе исследуемой проблемы, не упрощая их при этом и не переходя в область быденного понимания и объяснения на «житейском» языке;
- может ли студент воссоздавать и представить целостную картину исследуемого процесса или явления во взаимосвязи отдельных его частей и элементов;
- может ли студент связать изучаемые явления с иными общественными процессами, определить их воздействие жизненную практику;
- может ли студент сформулировать, аргументировано изложить свое понимание проблемы, полученные в ходе работы результаты достаточно четко и ясно.

В случае расхождения мнений членов Государственной экзаменационной комиссии относительно оценки ВКР решение принимается председателям комиссии.

## Рекомендуемая литература для подготовки к государственной итоговой аттестации

### Основная литература

1. Ачкасова В.А. Связи с общественностью как социальная инженерия: учебник / В.А. Ачкасова. – М.: Юрайт, 2021. – 351 с. - Режим доступа: <https://urait.ru/bcode/453280>
2. Венедиктова Т.Д., Гудков Д.Б. Основы теории коммуникации: учебник и практикум / Т.Д. Венедиктова. – М.: Юрайт, 2021. – 193 с. - Режим доступа: <https://urait.ru/bcode/469722>
3. Гавра Д.П. Основы теории коммуникации: учебник / Д.П. Гавра. – М.: Юрайт, 2021. – 231 с. - Режим доступа: <https://library.dvfu.ru/lib/document/EBSUrait/FDF34586-CC24-4F78-AEA6-78473288318A>
4. Гойхман О.Я. Основы теории коммуникации: учебное пособие / О.Я. Гойхман. – М.: Инфра-М, 2019. – 352 с. - Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/document?pid=253871&id=168117>
5. Душкина М.Р. Технологии рекламы и связей с общественностью в маркетинге: учебник / М.Р. Душкина. – Москва: Юрайт, 2021. – 462 с. - Режим доступа: <https://urait.ru/bcode/448344>
6. Емельянов С.М. Теория и практика связей с общественностью: учебное пособие / С.М. Емельянов. – М.: Юрайт, 2021. – 197 с. - Режим доступа: <https://library.dvfu.ru/lib/document/EK/D91614F5-FEAD-4E61-8167-57EF47F039E7/>
7. Жильцова О.Н. Связи с общественностью: учебное пособие / О.Н. Жильцова, И.М. Синяева, Д.А. Жильцов. – М.: Юрайт, 2020. – 337 с. - Режим доступа: <https://urait.ru/bcode/451046>
8. Кузьмина О.Г. Интегрированные маркетинговые коммуникации: теория и практика рекламы / О.Г. Кузьмина. – РИОР, 2018. – 187 с. - Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/document?id=328133>
9. Малькевич А.А. Организация и проведение кампаний в сфере связей с общественностью: учебное пособие / А.А. Малькевич. – М.: Юрайт, 2021. – 109 с. - Режим доступа: <https://urait.ru/bcode/473382>
10. Панкратов Ф.Г. Основы рекламы: учебник. 14-е изд., перераб. и доп. / Панкратов Ф.Г., - 14-е изд. - М.: Дашков и К, 2017. - 538 с.: ISBN 978-5-394-01804-6 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/354029>
11. Чамкин А.С. Основы коммуникологии (теория коммуникации): учебное пособие / А.С. Чамкин. – М.: Инфра-М, 2017. – 350 с. - Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/document?pid=854756&id=93489>

12. Чумиков А.Н. Реклама и связи с общественностью: профессиональные компетенции : учебное пособие / А. Н. Чумиков, М. П. Бочаров, С. А. Самойленко ; Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации. - Москва : Дело, 2016. – 519 с. – Режим доступа: <https://lib.dvfu.ru/lib/item?id=chamo:846964&theme=FEFU>

**Дополнительная литература**  
(печатные и электронные издания)

1. Ачкасова В.А. Связи с общественностью в органах власти: учебник и практикум / В.А. Ачкасова. – М.: Юрайт, 2021. – 163 с. – Режим доступа: <https://urait.ru/book/svyazi-s-obschestvennostyu-v-organah-vlasti-494288>

2. Бударина О.А. Организация работы структур по связям с общественностью: учебное пособие / О.А. Бударина. – М.: Юрайт, 2021. – 126 с. – Режим доступа: <https://urait.ru/book/organizaciya-raboty-struktur-po-svyazyam-s-obschestvennostyu-496828>

3. Гулевич О.А. Психология массовой коммуникации: от газет до интернета: учебник / О.А. Гулевич. – М.: Юрайт, 2021. – 264 с. – Режим доступа: <https://urait.ru/book/psihologiya-massovoy-kommunikacii-ot-gazet-do-interneta-496255>

4. Дзялошинский И.М. Современный медиатекст. Особенности создания и функционирования: учебник / И.М. Дзялошинский, М.А. Пильгун. – М.: Юрайт, 2021. – 345 с. – Режим доступа: <https://urait.ru/book/sovremennyy-mEDIATEKST-osobennosti-sozdaniya-i-funkcionirovaniya-495400>

5. Елина Е.А. Семиотика рекламы (2-е издание) [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Елина Е.А.— Электрон. текстовые данные.— М.: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2016.— 137 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/57150.html>

6. Ерофеева И.В. Психология медиатекста: учебник и практикум для вузов / И. В. Ерофеева. – М.: Юрайт, 2021. – 206 с. – Режим доступа: <https://urait.ru/book/psihologiya-mEDIATEKSTA-491694>

7. Зелинский С.А. Информационно-психологическое воздействие на массовое сознание: учебное пособие / С.А. Зелинский. – М.: Скифия, 2018. – 301 с.

8. Касьянов В.В. Социология массовых коммуникаций: учебник / В.В. Касьянов. – М.: Юрайт, 2021. – 221 с. – Режим доступа: <https://urait.ru/book/sociologiya-massovoy-kommunikacii-492735>

9. Кузнецов П.А. Политическая реклама. Теория и практика [Электронный ресурс]: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Реклама», «Связи с общественностью»/ Кузнецов П.А.—

Электрон. текстовые данные.— М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2017.— 127 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/81729.html>

10. Макаревич Э.Ф., Карпухин О.И. Массовые коммуникации. Технологический блеск и нравственная нищета: учебное пособие / Э.Ф. Макаревич. – СПб.: Ленанд, 2020. – 416 с.

11. Назаров М.М. Массовая коммуникация и общество. Введение в теорию и исследования: учебник / М.М. Назаров. – СПб.: Ленанд, 2018. – 378 с.

12. Потапов Ю.А. Современная пресс-служба: учебник для вузов / Ю.А. Потапов, О.В. Тепляков. – М.: Юрайт, 2021. – 294 с. – Режим доступа: <https://urait.ru/book/sovremennaya-press-sluzhba-494465>

13. Почекаев Р.Ю. История связей с общественностью: учебное пособие / Р.Ю. Почекаев. – М.: Юрайт, 2020. – 223 с. – Режим доступа: <https://urait.ru/book/istoriya-svyazey-s-obschestvennostyu-497751>

14. Почепцов Г.Г. Когнитивные войны в соцмедиа, массовой культуре и массовых коммуникациях: учебное пособие / Г.Г. Почепцов. – М.: Омико, 2019. – 215 с.

15. Сабетова Т.В. Реклама и рекламная деятельность : учебное пособие / Сабетова Т.В.. — Воронеж : Воронежский Государственный Аграрный Университет им. Императора Петра Первого, 2016. — 165 с. — ISBN 2227-8397. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/72744.html>

16. Садовская В.С. Основы коммуникативной культуры. Психология общения: учебник и практикум / В.С. Садовская, В.А. Ремизов. – М.: Юрайт, 2021. – 169 с. – Режим доступа: <https://urait.ru/book/osnovy-kommunikativnoy-kultury-psihologiya-obscheniya-491009>

17. Сарычева Л.А. Уступите место драме. Как писать интересно даже на скучные темы. Копирайтерам, журналистам, редакторам: учебное пособие /Л.А. Сарычева. – М.: Бомбора, 2021. – 272 с.

18. Сергеев Е. Ю. Технология производства печатных и электронных средств информации: учебное пособие / Е.Ю. Сергеев. – М.: Юрайт, 2021. – 227 с. – Режим доступа: <https://urait.ru/book/tehnologiya-proizvodstva-pechatnyh-i-elektronnyh-sredstv-informacii-494568>

19. Солопов Д. 10 заповедей коммуникационной войны. Как победить СМИ, Instagram и Facebook / Д. Солопов. – М.: Альпина Диджитал, 2020. – 120 с.

20. Федотова Л.Н. Социология массовых коммуникаций. Теория и практика: учебник / Л.Н. Федотова. – М.: Юрайт, 2019. – 603 с. – Режим доступа: <https://urait.ru/book/sociologiya-massovyh-kommunikacij-teoriya-i-praktika-498761>

21. Хорольский В.В. Медийность текстов в средствах массовой коммуникации: учебное пособие / В.В. Хорольский. – М.: Флинта, 2020. – 203 с.

#### **Перечень периодических изданий, имеющихся в фондах НБ ДВФУ**

Научные и научно-практические журналы: "Читающая Россия", "Витрина", "Книжное дело", "Книжная индустрия", "Компьюарт", "Компьюпринт", "Высшее образование в России", "Университетская книга", "Научная книга", "Научно-техническая информация" (Сер. 1, 2), "Международный форум информации и документации".

Библиографические и реферативные издания: "Новые книги", "Книжная летопись", "Летопись журнальных статей", "Книги Российской Федерации", "Book in print".

#### **Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети Интернет**

1. Annual Review: <http://www.annualreviews.org/ebvc>
2. <http://www.magister.msk.ru/library/library.htm>
3. Scopus - мультидисциплинарная реферативная база данных: <http://www.scopus.com>
4. Единая коллекция образовательных ресурсов: <http://school-collection.edu.ru/catalog/>
5. Информационные ресурсы Российской Библиотечной Ассоциации (РБА): <http://www.rba.ru/>
6. Каталог электронных ресурсов научной библиотеки ДВФУ: <http://www.dvfu.ru/web/library/elib>
7. Коллекция журналов издательства Elsevier на портале ScienceDirect: <http://www.sciencedirect.com/>
8. Научная электронная библиотека (НЭБ): <http://www.elibrary.ru/>
9. Портал «Гуманитарное образование» <http://www.humanities.edu.ru/index.html>
10. Российская государственная библиотека (электронный каталог): <http://www.rsl.ru/>
11. Российский общеобразовательный портал: <http://www.school.edu.ru/>
12. Университетская информационная система Россия (УИС Россия): <http://uisrussia.msu.ru>
13. Электронная библиотечная система «Айбукс»: <http://ibooks.ru/>
14. Электронная библиотечная система «Университетская библиотека»: [www.biblioclub.ru](http://www.biblioclub.ru)

15. Электронная библиотечная система издательства «Лань»:  
<http://e.lanbook.com/>

16. Электронная коллекция Оксфордского Российского Фонда:  
<http://www.oxfordrussia.com>