



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

«Дальневосточный федеральный университет»

(ДФУ)

Школа искусств и гуманитарных наук

ПРОГРАММА

Государственной итоговой аттестации

НАПРАВЛЕНИЕ ПОДГОТОВКИ

42.04.01 «Реклама и связи с общественностью»

Программа магистратуры

Реклама и связи с общественностью

Квалификация выпускника – магистр

Форма обучения: *очная*

Нормативный срок освоения программы

(очная форма обучения): *2 года*

Год начала подготовки: *2023*

Программа ГИА составлена в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденного приказом Минобрнауки России от 08 июня 2017 г. №528.

Программа ГИА обсуждена на заседании департамента коммуникаций и медиа (протокол от «9» января 2023 г. №5).

Директор Департамента коммуникаций и медиа И.П. Куманева

Составитель: Р.А. Захаркин

Владивосток

2023

Пояснительная записка

Государственная итоговая аттестация выпускника ДФУ по

направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью, является обязательной и осуществляется после освоения основной образовательной программы в полном объеме.

Характеристика профессиональной деятельности выпускника:

Типы задач:

- производственно-технологический
- организационно-управленческий
- проектно-аналитический
- научно-исследовательский
- авторский

Области деятельности и (или) сферы профессиональной деятельности выпускника:

- 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.

Требования к результатам освоения образовательной программы: выпускник, освоивший программу магистратуры в соответствии с типами задач, на которые ориентирована программа магистратуры, 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.

Совокупность запланированных результатов обучения должна обеспечивать формирование у выпускника всех компетенций, установленных ОПОП.

Требования к результатам освоения образовательной программы.

Универсальные компетенции выпускников и индикаторы их достижения:

Наименование категории (группы) универсальных компетенций	Код и наименование универсальной компетенции (результат освоения)	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплинам (модулям), практикам
	УК-1 Способен осуществлять	УК-1.1 Осуществляет критические анализ	Знает формы, методы и технологии поиска

Наименование категории (группы) универсальных компетенций	Код и наименование универсальной компетенции (результат освоения)	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплинам (модулям), практикам
Системное и критическое мышление	критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, определять стратегию действий	проблемных ситуаций на основе системного подхода;	информации Умеет работать с информацией в цифровой среде (просмотр, поиск, фильтрация данных, информации и цифрового контента) Владеет базовыми навыками управления данными, информацией и цифровым контентом
		УК-1.2 Осуществляет системный анализ проблемных ситуаций	Знает основные технологии работы с информацией в офисных приложениях (тексты, таблицы, презентации и т.п.) Умеет создавать и редактировать цифровой контент (рисунки, аудиофайлы, веб-страницы и т.п.) Способен анализировать, сравнивать и критически оценивать достоверность и надежность источников данных, информации и цифрового контента
		УК-1.3 Вырабатывает стратегию действий на основе критического и системного анализа.	Знает основные принципы поиска информации в проблемной ситуации. Умеет применять логические приемы интерпретации полученной информации. Владеет навыками критического и системного анализа информации в проблемной ситуации.
Разработка и реализация проектов	УК-2 Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла	УК-2.1 Владеет навыками разработки и реализации проектов в коммуникационной сфер	Знает перечень исследовательских инструментов из различных областей знаний. Умеет применять

Наименование категории (группы) универсальных компетенций	Код и наименование универсальной компетенции (результат освоения)	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплинам (модулям), практикам
			инструменты из различных областей знания для решения поставленных задач Владеет методами решения поставленных задач из различных областей знани
		УК-2.2 Оценивает реализацию проектов в коммуникационной сфере на всех этапах;	Знает методики решения задач в рамках поставленной цели Умеет решать разноуровневые задачи при достижении поставленной цели Владеет навыками принятия решения в рамках поставленной цели
		УК-2.3 Управляет проектами в коммуникационной сфере на всех этапах их жизненного цикла.	Знает методы, способы, средства, закономерности выбора и анализа правовых норм Умеет выбирать и анализировать правовые нормы, которые подлежат использованию при решении задач в рамках поставленной цели Владеет навыками выбора и анализа правовых норм, которые подлежат использованию при решении задач в рамках поставленной цели
Командная работа и лидерство	УК-3 Способен организовать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для	УК-3.1 Вырабатывает командную стратегию для достижения поставленной цели;	Знает существующие стратегии сотрудничества при организации работы в команде Умеет определять свою роль в команде при решении

Наименование категории (группы) универсальных компетенций	Код и наименование универсальной компетенции (результат освоения)	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплинам (модулям), практикам
	достижения поставленной цели		поставленных задач Владеет навыками командообразования
УК-3.2 Организовывает работу команды, определяет стратегию ее деятельности;		Знает существующие стратегии сотрудничества при организации работы в команде Умеет инициировать решение задач при работе в команде Владеет предпринимательскими навыками, в том числе при работе в команд	
УК-3.3 Эффективно мотивирует команду для успешного выполнения поставленных целей.		Знает структуру процесса обмена информацией, знаниями и опытом с членами команды Умеет осуществлять обмен информацией, знаниями и опытом с членами команды Владеет навыками обмена информацией, знаниями и опытом с членами команды	
Коммуникации	УК-4 Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном языке, для академического и профессионального взаимодействия	УК-4.1 Применяет современные коммуникативные технологии в рамках реализации коммуникационных кампаний;	Знает методики деловой коммуникации в цифровой среде и цифровые инструменты и технологии для совместной работы Умеет взаимодействовать в цифровой среде с учетом норм этики и правового регулирования цифрового пространства Владеет навыками безопасного обмена информацией и защиты

Наименование категории (группы) универсальных компетенций	Код и наименование универсальной компетенции (результат освоения)	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплинам (модулям), практикам
			персональных данных
		УК-4.2 Эффективно осуществляет социальные, профессиональные и другие коммуникации в рамках рекламной и PR деятельности;	Знает особенности поведения выделенных групп людей в процессе коммуникации в современном обществе Умеет использовать техники построения интеграционных связей коммуникационного взаимодействия Владеет методикой межличностного делового общения на государственном и иностранном языках, с применением профессиональных языковых форм и средств
		УК-4.3 Владеет навыками свободной коммуникации в рамках профессиональной деятельности.	Знает принципы и правила деловой коммуникации, особенности устной и письменной форм речи Умеет осуществлять грамотное и эффективное речевое взаимодействие в профессиональной среде Владеет культурой деловой речи, навыками создания деловых текстов
Международное взаимодействие	УК-5 Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия	УК-5.1 Анализирует важнейшие идеологические и ценностные системы, сформировавшиеся в ходе исторического развития, в рамках рекламной и PR деятельности;	Знает философские основания и историю становления системного рефлексивного мышления, позволяющего воспринимать межкультурное разнообразие общества Умеет выделить основные этапы

Наименование категории (группы) универсальных компетенций	Код и наименование универсальной компетенции (результат освоения)	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплинам (модулям), практикам
			<p>исторического пути России, обосновать как общеисторически е закономерности, так и особенные черты развития России на разных этапах истории; умеет характеризовать роль и место России в мировой истории, анализировать и сопоставлять исторические факты, процессы, явления</p> <p>Владеет навыками для восприятия социально-исторического, этического и философского контекста ситуации межкультурного взаимодействия</p>
		<p>УК-5.2 Выстраивает социальное и профессиональное взаимодействие с учетом особенностей деловой и общей культуры представителей других этносов и конфессий, различных социальных групп при производстве рекламного и PR продукта;</p>	<p>Знает сущность, разнообразие и особенности различных культур, их соотношение и взаимосвязь.</p> <p>Умеет обеспечивать и поддерживать взаимопонимание между представителями различных культур и уметь выстраивать общение в мире культурного многообразия.</p> <p>Владеет способами анализа разногласий и в межкультурной коммуникации и способами их разрешения; навыками общения в мире культурного многообразия</p>

Наименование категории (группы) универсальных компетенций	Код и наименование универсальной компетенции (результат освоения)	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплинам (модулям), практикам
		УК-5.3 Обеспечивает создание недискриминационной среды для участников межкультурного взаимодействия при личном общении и при выполнении профессиональных задач в области рекламы и паблик рилейшнз.	Знает содержание ключевых понятий и принципов межкультурной коммуникации Умеет адаптироваться к инокультурному окружению, вступать в эффективное взаимодействие с представителями разных социокультурных общностей Владеет навыками межкультурной коммуникации, оказания помощи в адаптации иностранных граждан в русскоязычной среде
Самоорганизация и саморазвитие	УК-6 Способен определить и реализовать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки	УК-6.1 Определяет приоритеты собственной работы, оценивает собственные ресурсы (личностные временные и др.) и их пределы, целесообразно их использует в рамках рекламной и PRдеятельности;	Знает технические возможности современных цифровых устройств и интернет-технологий Умеет успешно работать с постоянно обновляющимися цифровыми инструментами Владеет навыками непрерывно обучаться в течение всей жизни, используя доступность информации
		УК-6.2 Определяет траекторию личного и профессионального саморазвития в рекламной и PR сфере и инструменты их целедостижения, в том числе образовательные (самообразование, повышения квалификации, переподготовка и др.)	Знает и понимает принципы самоорганизации и управления своим временем Умеет организовывать свое время на основе принципов самоорганизации Владеет принципами самоорганизации и применяет их на

Наименование категории (группы) универсальных компетенций	Код и наименование универсальной компетенции (результат освоения)	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплинам (модулям), практикам
			практике для управления своим временем
		УК-6.3 Выстраивает гибкую профессиональную траекторию с учетом накопленного опыта профессиональной деятельности, изменяющихся требований рынка труда, стратегии личного развития, осуществляя деятельность в области рекламы и публичных рилейшнз.	Знает и понимает принципы планирования и реализации задач саморазвития на различных этапах личного и профессионального самоопределения Умеет планировать и реализовывать траекторию саморазвития на различных этапах профессионального самоопределения Владеет способами саморазвития и реализации траектории саморазвития

Общепрофессиональные компетенции выпускников и индикаторы их достижения:

Наименование категории (группы) общепрофессиональных компетенций	Код и наименование общепрофессиональной компетенции (результат освоения)	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплинам (модулям), практикам
Продукт профессиональной деятельности	ОПК-1 Способен планировать, организовывать и координировать процесс создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, отслеживать и учитывать изменение норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем	ОПК -1.1 Знает особенности всех этапов и принципов производства медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	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

Наименование категории (группы) общепрофессиональных компетенций	Код и наименование общепрофессиональной компетенции (результат освоения)	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплинам (модулям), практикам
			продуктов в соответствии с платформой продвижения и запросами целевой аудитории
		ОПК -1.2 Управляет процессом подготовки востребованных индустрией рекламы и связей с общественностью текстов и (или) иных коммуникационных продуктов с учетом изменений норм русского (иностранного) языков и особенностей иных знаковых систем	Знает законы логического построения текста устной и письменной речи, а так же принципы и приемы аргументации Умеет логически верно, аргументировано и ясно строить устную и письменную речь; создавать тексты и документы в сфере связей с общественностью и рекламы Владеет навыками грамотной устной и письменной речи; базовыми навыками общения, умением устанавливать, поддерживать и развивать межличностные отношения, деловые отношения; навыками литературного редактирования, копирайтинга
Общество и государство	ОПК -2Способен анализировать основные тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых	ОПК -2.1 Выявляет причинноследственные связи в проблемах взаимодействия общественных и	Знает составляющие системы общественных и государственных институтов Умеет применять

Наименование категории (группы) общепрофессиональных компетенций	Код и наименование общепрофессиональной компетенции (результат освоения)	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплинам (модулям), практикам
	<p>медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах</p>	<p>государственных институтов</p>	<p>механизмы функционирования и тенденции развития общественных и государственных институтов при формировании коммуникационной кампании Владеет навыками разработки и проведения коммуникационной кампании для продвижения общественных и государственных институтов</p>
		<p>ОПК -2.2 Анализирует основные тенденции развития общественных и государственных институтов и использует результаты анализа при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов</p>	<p>Знает основные тенденции развития общественных и государственных институтов Умеет учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов. Владеет навыками разработки и проведения коммуникационной кампании для продвижения общественных и государственных институтов</p>

Наименование категории (группы) общепрофессиональных компетенций	Код и наименование общепрофессиональной компетенции (результат освоения)	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплинам (модулям), практикам
Культура	ОПК-3 Способен анализировать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	ОПК-3.1. Знает этапы и тенденции развития отечественного и мирового культурного процесса	Знает основные творческие техники и технологии создания рекламных текстов с учетом достижений отечественной и мировой культуры Умеет использовать мировой и отечественный опыт копирайтинга с учётом тенденций развития этой сферы на современном этапе Владеет навыками разработки нескольких вариантов решений, поиска нестандартных и наиболее приемлемых решений творческих задач Формулирует концепцию научного исследования.
		ОПК-3.2. Анализирует и использует достижения отечественной и мировой культуры при подготовке текстов рекламы и связей с общественностью и (или) разработке и реализации иных	Знает основные творческие техники и технологии создания рекламных текстов с учетом достижений отечественной и мировой культуры Умеет использовать

Наименование категории (группы) общепрофессиональных компетенций	Код и наименование общепрофессиональной компетенции (результат освоения)	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплинам (модулям), практикам
		коммуникационных продуктов.	<p>мировой и отечественный опыт копирайтинга с учётом тенденций развития этой сферы на современном этапе</p> <p>Владеет навыками разработки нескольких вариантов решений, поиска нестандартных и наиболее приемлемых решений творческих задач Формулирует концепцию научного исследования.</p>
Аудитория	ОПК-4 Способен анализировать потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты	ОПК-4.1. Интерпретирует данные социологических исследований о потребностях общества и интересах отдельных аудиторных групп	<p>Знает основные методы проведения прикладного исследования в рекламе и связях с общественностью</p> <p>Умеет применять данные из социологических источников, в том числе актуальных сборников статистических органов при проведении собственного прикладного исследования</p> <p>Владеет навыками по анализу полученной социологической</p>

Наименование категории (группы) общепрофессиональных компетенций	Код и наименование общепрофессиональной компетенции (результат освоения)	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплинам (модулям), практикам
			и маркетинговой информации для формирования коммуникационных предложений целевой аудитории
		ОПК-4.2. Организует процесс изучения аудиторий и использует его результаты, выявленные данные о потребностях общества и целевых групп при подготовке текстов рекламы и связей с общественностью и (или) разработке /реализации 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
Медиакоммуникационная система	ОПК-5 Способен для принятия профессиональных решений анализировать актуальные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования,	ОПК-5.1. Выявляет особенности политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и	Знает основные факторы и нормы, влияющие на развитие коммерческой, социальной и политической рекламы, а также рекламных обращений на

Наименование категории (группы) общепрофессиональных компетенций	Код и наименование общепрофессиональной компетенции (результат освоения)	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплинам (модулям), практикам
	правовых и этических норм регулирования	региональном уровнях	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. При принятии профессиональных решений по подготовке текстов рекламы и связей с общественностью и (или) разработке и реализации иных коммуникационных продуктов использует выявленные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира. Разрабатывает коммуникационные продукты в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом условий функционирования конкретной	Знает историю развития коммуникационных процессов и особенности современного этапа медиакоммуникации Умеет производить оценку возможностей медиакоммуникационной системы и планировать свою деятельность в сфере рекламы и PR Владеет комплексом инструментов по рекламному и

Наименование категории (группы) общепрофессиональных компетенций	Код и наименование общепрофессиональной компетенции (результат освоения)	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплинам (модулям), практикам
		медиакоммуникационной системы, правовых и этических норм регулирования	PR-продвижению продукта в сети Интернет с учетом особенностей этого продукта и его целевой аудитории
Технологии	ОПК-6 Способен отбирать и внедрять в процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии	ОПК-6.1. Отслеживает глобальные тенденции модернизации технического оборудования, программного обеспечения и расходных материалов, необходимых для осуществления профессиональной деятельности	Знает названия инструментов программного обеспечения, необходимых при проведении прикладного исследования в рекламе и связях с общественностью, а также принципы работы с этими инструментами Умеет производить отбор необходимого программного обеспечения (Microsoft Excel, Microsoft Access, SPSS for Windows и т.д.) в своей исследовательской деятельности в зависимости от выбранных методов Владеет навыками по эффективному и продуктивному использованию необходимого программного обеспечения при проведении прикладного исследования

Наименование категории (группы) общепрофессиональных компетенций	Код и наименование общепрофессиональной компетенции (результат освоения)	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплинам (модулям), практикам
		ОПК-6.2. Отбирает и внедряет в профессиональную деятельность современные технологии рекламы и связей с общественностью, цифровые инструменты, технические средства и программное обеспечение	Знает современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии Умеет определять для осуществления профессиональной деятельности необходимое техническое оборудование и программное обеспечение Владеет навыками применения современных цифровых устройств, технических средств и информационно-коммуникационных технологий в профессиональной сфере на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов
Эффекты	ОПК-7 Способен оценивать и прогнозировать возможные эффекты в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности	ОПК-7.1. Знает закономерности формирования эффектов и последствий профессиональной деятельности, концепции ее социальной ответственности	Знает теоретический материал, базовые установки и основные понятия, обеспечивающие понимание процессов массовой коммуникации, связанные с работой современных пресс-служб;

Наименование категории (группы) общепрофессиональных компетенций	Код и наименование общепрофессиональной компетенции (результат освоения)	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплинам (модулям), практикам
			<p>иметь представление о средствах массовой коммуникации в парадигме социальной психологии; знать психологию процесса массовой коммуникации; знать психологические модели убеждающего воздействия и психологические эффекты</p> <p>Умеет применять приобретенные знания на практике; грамотно подготовиться к созданию эффективных рекламных и PR-мероприятий</p> <p>Владеет навыками анализа конкретных сообщений СМК</p>
		<p>ОПК-7.2. Осуществляет профессиональную деятельность в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом оценки и прогнозирования возможных эффектов разрабатываемых коммуникационных решений. Применяет при разработке и реализации</p>	<p>Знает принципы отбора информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом</p>

Наименование категории (группы) общепрофессиональных компетенций	Код и наименование общепрофессиональной компетенции (результат освоения)	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплинам (модулям), практикам
		коммуникационного продукта принципы социальной ответственности	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 навыками отбора информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом

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	
Тип задач профессиональной деятельности: организационно-управленческий				
ПК-1 Организация работы и руководство предприятием	6.009 Специалист по продвижению и распространен		ПК-1.1. Выполняет функционал руководителя линейного/функц	Знает функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела

<p>(подразделение м) в современной индустрии рекламы и связей с общественностью</p>	<p>и ю продукции средств массовой информации 06.013 Специалист по информационным ресурсам</p>		<p>ионального подразделения отдела по рекламе и (или) связям с общественностью организации или коммуникационного/рекламного/PR-агентства ПК-1.2. Организует работу по совершенствованию внешних и внутренних коммуникаций и мероприятия по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры ПК-1.3. Контролирует и регулирует ход выполнения проектной работы в сфере рекламы и связей с общественностью ПК-1.4. На основании знания специфики функционирования предприятий современной коммуникационной индустрии выстраивает работу подразделения/предприятия, применяет технологии организации коммуникационной работы.</p>	<p>по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью Умеет использовать 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 Владеет навыками функционала 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.</p>
<p>Тип задач профессиональной деятельности: проектно-аналитический</p>				
<p>ПК-2 Способен осуществлять проектно-аналитическую деятельность с учетом специфики</p>	<p>6.009 Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой</p>		<p>ПК-2.1. Отбирает аналитические методы и инструменты для целеполагания, планирования и оценки эффективности</p>	<p>Знает основы эффективного продвижения проекта и осуществления успешной стратегии</p>

<p>профессиональной сферы</p>	<p>информации и 06.013 Специалист по информационным ресурсам</p>		<p>коммуникационной стратегии, коммуникационного проекта и применяет их на практике. ПК-2.2. Проводит анализ ситуации и разрабатывает проекты и кампании в сфере рекламы и связей с общественностью .</p>	<p>продвижения в онлайн - среде Умеет применять знания эффективного продвижения проекта и осуществления успешной стратегии продвижения в онлайн - среде Владеет навыками эффективного продвижения проекта и осуществления успешной стратегии продвижения в онлайн – среде.</p>
<p>Тип задач профессиональной деятельности: авторский</p>				
<p>ПК-3 Осуществление авторской деятельности любого уровня сложности в сфере рекламы и связей с общественностью</p>	<p>6.009 Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации и 06.013 Специалист по информационным ресурсам</p>		<p>ПК-3.1. Создает тексты рекламы и связей с общественностью любого уровня сложности с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта ПК-3.2. Создает сценарии для специальных событий и мероприятий с учетом специфики коммуникационных задач ПК-3.3. Формулирует целевой репутационный образ организации/ компании/ персоны ПК-3.4. Интегрирует коммуникации для эффективной</p>	<p>Знает основы формирования оптимального бюджета для реализации стратегии продвижения; обоснования необходимых расходов согласно показателям эффективности продвижения; вычисления экономического эффекта от реализации стратегии продвижения с учетом финансовых возможностей заказчика Умеет формировать оптимальный бюджет для реализации стратегии продвижения; обосновывать необходимые расходы согласно</p>

			реализации коммуникационной стратегии	показателям эффективности продвижения; вычислять экономический эффект от реализации стратегии продвижения с учетом финансовых возможностей заказчика Владеет навыками формирования оптимального бюджета для реализации стратегии продвижения; обоснования необходимых расходов согласно показателям эффективности продвижения; вычисления экономического эффекта от реализации стратегии продвижения с учетом финансовых возможностей заказчика
--	--	--	---------------------------------------	---

Тип задач профессиональной деятельности: производственно-технологический

ПК-4 Способен применять в профессиональной деятельности комплекс современных технологических решений, технических средств, приемов и методов онлайн и офлайн коммуникаций	6.009 Специалист по продвижению и распространению продукции средствами массовой информации 06.013 Специалист по информационным ресурсам		ПК-4.1. Использует современные онлайн и офлайн технологии выстраивания коммуникаций с разными стейкхолдерами (органами государственной власти, финансовым сообществом, медиа, локальными сообществами, потребителями,	Знает типологию текстов в сфере рекламы и PR, а также возможности сторителлинга, продюсирования и самостоятельного создания аудио-, фото- и видео контента Умеет создавать необходимый контент в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации Владеет навыками
---	---	--	---	--

			<p>общественными организациями). ПК-4.2. Разрабатывает и применяет современные технологии организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми аудиториями ПК-4.3. Разрабатывает и применяет современные инструменты внутренних коммуникаций для формирования корпоративной культуры организации ПК-4.4. Использует технические средства и интегрирует современные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью, реализации коммуникационно го продукта</p>	<p>по созданию рекламного или PR-контента для продвижения продукта посредством разных каналов коммуникации</p>
--	--	--	---	--

Тип задач профессиональной деятельности: научно-исследовательский

<p>ПК-5 Способен проводить научное исследование в сфере рекламы и связей с общественностью</p>	<p>6.009 Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации и 06.013 Специалист по информационным ресурсам</p>		<p>ПК-5.1. Формулирует концепцию научного исследования ПК-5.2. Применяет методы качественного и количественного анализа информационного поля, методы</p>	<p>Знает основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта Умеет использовать основные маркетинговые</p>
--	---	--	--	---

			<p>работы с открытыми данными большими объемами информации ПК-5.3. Получает, интерпретирует и представляет результаты исследования. На основе исследования составляет практические рекомендации и прогнозирует тенденции коммуникационной сферы</p>	<p>инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта Владеет навыками использования основных маркетинговых инструментов при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта</p>
--	--	--	---	---

Структура государственной итоговой аттестации

Государственная итоговая аттестация (ГИА) включает (в соответствии с УП):

подготовку к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы.

Требования к выпускным квалификационным работам порядку их выполнения

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 42.04.01 Реклама и связи с общественностью (образовательная программа «Реклама и связи с общественностью») проводится в форме защиты выпускной квалификационной работы.

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

Выпускная квалификационная работа (ВКР) является заключительным этапом подготовки магистранта, 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;

ВКР;

- сформулировать, обосновать и аргументировать выводы по теме

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 департаментом 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 департамента. Уточнение и изменение (корректировка) темы выпускной квалификационной работы после утверждения приказа не допускается.

Объем выпускной квалификационной работы: не менее 80 страниц, но не более 120 страниц, количество источников в списке литературы: 45-60 (источники не старше 5 лет, за исключением неперездаваемых источников).

Основная часть ВКР по направлению 42.04.01 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 – 2-3 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.

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 тот же день после оформления в установленном порядке протоколов заседаний экзаменационной комиссии.

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

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 магистр по направлению подготовки 42.04.01 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 подпись.

ВКР хранятся в департаменте в течение 5 лет, после чего передаются на хранение в архив по акту.

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 государственных 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 процедуры проведения государственного аттестационного испытания и (или) 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 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 государственной 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.

Оценка	Критерии оценки результатов защиты ВКР
Отлично	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.
Хорошо	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.

Удовлетворительно	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.
Неудовлетворительно	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

Рекомендуемая литература для подготовки к ГИА

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. 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>
3. 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>
4. 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>
5. 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>
6. 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>
7. 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>
8. 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/sovremennyyu-mediatekst-osobnosti-sozdaniya-i-funkcionirovaniya-495400>

9. 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>

10. 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/>

11. 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>

12. 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>

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

14. 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>

15. 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>

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

17. 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>

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

19. 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>

20. 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>

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

22. 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](#)

23. 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.

24. 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>

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

26. 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-kommunikaciy-teoriya-i-praktika-498761>

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

28. 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>

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
15. Электронная библиотечная система издательства «Лань»: <http://e.lanbook.com/>
16. Электронная коллекция Оксфордского Российского Фонда: <http://www.oxfordrussia.com>