

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Новосибирский государственный технический университет»
Кафедра Социологии и массовых коммуникаций



«УТВЕРЖДАЮ»
Первый проректор
Г.И. Расторгуев
_____ 2018 г.

ПРОГРАММА ГОСУДАРСТВЕННОЙ ИТОГОВОЙ АТТЕСТАЦИИ

Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль): Социальные коммуникации

Основной вид деятельности: рыночно-исследовательская и прогнозно-аналитическая

Квалификация: Бакалавр

Форма обучения: очная

Год начала подготовки по образовательной программе: 2017

Ориентированность: программа академического бакалавриата

Программа государственной итоговой аттестации (ГИА) составлена на основании федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению (специальности): 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

ФГОС ВО утвержден приказом Минобрнауки России 11.08.16 №997 (зарегистрирован Минюстом России 25.08.16, регистрационный №43414)

Программу разработал:

к.ф.н., доцент И.А. Вальдман



Программа обсуждена на заседании кафедры Социологии и массовых коммуникаций, протокол заседания кафедры № 5/1 от 20.06.2018 г.

Заведующий кафедрой:

д.к.н., доцент Г.Б. Паршукова



Ответственный за образовательную программу:

к.ф.н., доцент И.А. Вальдман



Программа утверждена на ученом совете факультета гуманитарного образования, протокол № 5 от 21.06.2018 г.

декан ФГО:

д.ф.н., профессор М.В. Ромм



1 Обобщенная структура государственной итоговой аттестации

Государственная итоговая аттестация по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (профиль: Социальные коммуникации) включает государственный экзамен (ГЭ) и выпускную квалификационную работу (ВКР).

Обобщенная структура государственной итоговой аттестации (ГИА) приведена в таблице 1.1.

Таблица 1.1 - Обобщенная структура ГИА

Коды	Компетенции	ГЭ	ВКР
ОК.1	способность использовать основы философских знаний для формирования мировоззренческой позиции	+	
ОК.2	способность анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции	+	
ОК.3	способность использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности	+	
ОК.4	способность использовать основы правовых знаний в различных сферах жизнедеятельности	+	+
ОК.5	способность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия	+	
ОК.6	способность работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия	+	
ОК.7	способность к самоорганизации и самообразованию	+	
ОК.8	способность использовать методы и средства физической культуры для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности	+	
ОК.9	готовность пользоваться основными методами защиты производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий	+	
ОПК.1	способность осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах	+	+
ОПК.2	владение знаниями и навыками работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью	+	+
ОПК.3	обладанием базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владение навыками литературного редактирования, копирайтинга	+	+
ОПК.4	умением планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия	+	
ОПК.5	умением проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия	+	
ОПК.6	способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной	+	+

	безопасности		
ПК.9	способность проводить маркетинговые исследования	+	+
ПК.10	способность организовывать и проводить социологические исследования	+	+
ПК.11	способность владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов	+	+

2 Содержание и порядок организации государственного экзамена

2.1 Содержание государственного экзамена

2.1.1 Государственный экзамен является квалификационным и предназначен для определения теоретической подготовленности выпускника к решению профессиональных задач, установленных ФГОС ВО.

2.1.2 Государственный экзамен проводится по материалам нескольких дисциплин образовательной программы, результаты освоения которых имеют определяющее значение для профессиональной деятельности выпускников.

2.1.3 Содержание контролируемых материалов и критерии оценки государственного экзамена приведены в фонде оценочных средств ГИА.

2.2 Порядок организации государственного экзамена

2.2.1 Государственный экзамен по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (профиль: Социальные коммуникации) проводится очно в устной форме по билетам с обязательным составлением кратких ответов в письменном виде на листах бумаги со штампом факультета.

2.2.2 Государственный экзамен принимается государственной экзаменационной комиссией (ГЭК) в сроки, определенные соответствующим календарным графиком учебного процесса.

2.2.3 Для ответа на билеты студентам предоставляется возможность подготовки в течение 45 минут. Для ответа на вопросы билета каждому студенту предоставляется время для выступления (не более 20 минут), после чего председатель ГЭК предлагает ее членам задать студенту дополнительные вопросы в рамках тематики вопросов в билете. Если студент затрудняется при ответе на дополнительные вопросы, члены ГЭК могут задавать вопросы в рамках тематики программы государственного экзамена.

2.2.4 Результаты государственного экзамена объявляются в день его проведения после оформления протоколов заседания ГЭК.

3 Содержание и порядок организации защиты выпускной квалификационной работы

3.1 Содержание выпускной квалификационной работы

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

3.1.2 ВКР имеет следующую структуру:

- задание на выпускную квалификационную работу,
- введение (включающее актуальность выбранной тематики, цели и задачи исследования)
- глава 1. (включающая аналитический обзор литературы)
- глава 2. (включающая исследовательскую (проектную) часть,
- заключение,
- список использованных источников (в том числе источники на иностранном языке),

- приложения (при необходимости).

3.2 Порядок защиты выпускной квалификационной работы

3.2.1 Порядок защиты ВКР определяется действующим Положением о государственной итоговой аттестации выпускников федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Новосибирский государственный технический университет» по образовательным программам, реализуемым в соответствии с федеральными государственными образовательными стандартами высшего образования.

3.2.2 Защита выпускной квалификационной работы проводится на заседании государственной экзаменационной комиссии.

3.2.3 Методика и критерии оценки ВКР приведены в фонде оценочных средств ГИА.

4 Список источников для подготовки к государственной итоговой аттестации

4.1 Основные источники

1. Евстафьев, В. А. Организация и практика работы рекламного агентства : учебник / В. А. Евстафьев, А. В. Молин. - Москва, 2016. - 507 с. : ил., табл.
2. Назайкин, А.Н. Менеджмент рекламы в современных СМИ. В интернете, прессе, на телевидении и радио [Электронный ресурс] / А.Н. Назайкин. — Электрон. дан. — Москва: СОЛОН-Пресс, 2017. — 352 с. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/107649>. — Загл. с экрана.
3. Синяева, И. М. Реклама и связи с общественностью : учебник для бакалавров / И. М. Синяева, О. Н. Романенкова, Д. А. Жильцов ; Финансовый ун-т при Правительстве РФ. - Москва, 2013. - 552 с. : ил., табл.
4. Современный медиатекст : учебное пособие / [Н. А. Кузьмина и др.]. - Москва, 2013. - 409, [1] с. : ил.. - Авт. указаны на 9-10-й с..
5. Чумиков, А. Н. Реклама и связи с общественностью. Имидж, репутация, бренд : [учебное пособие для вузов по направлению "Реклама и связи с общественностью"] / А. Н. Чумиков. - Москва, 2014. - 157, [2] с. : ил., табл.
6. Чумиков, А. Н. Реклама и связи с общественностью: профессиональные компетенции : учебное пособие / А. Н. Чумиков, М. П. Бочаров, С. А. Самойленко ; Рос. акад. нар. хоз-ва и гос. службы при Президенте РФ. - Москва, 2016. - 518, [1] с. : ил.
7. Чумиков, А.Н. Реклама и связи с общественностью: Имидж, репутация, бренд [Электронный ресурс] : учебное пособие / А.Н. Чумиков. — Электрон. дан. — Москва : Аспект Пресс, 2016. — 159 с. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/97267>. — Загл. с экрана.
8. Шарков, Ф. И. Коммуникология. Основы теории коммуникации : учебник [для вузов по специальности "Связи с общественностью"] / Ф. И. Шарков ; Междунар. акад. бизнеса и упр., Ин-т соврем. коммуникац. систем и технологий. - Москва, 2014. - 487 с.

4.2 Дополнительные источники

1. Вирен, Г. В. Современные медиа. Приемы информационных войн : учебное пособие для вузов / Георгий Вирен. - Москва, 2013. - 125, [1] с.
2. Гавра, Д. П. Основы теории коммуникации : для бакалавров и специалистов / Д. П. Гавра. — СПб. [и др.] : Питер, 2011. — 284 с.
3. Основы теории коммуникации: Учебник / под ред. М.А.Василика. — М.: Гардарики, 2005
4. Панкратов, Ф.Г. Основы рекламы: учебник: [для вузов] / Ф. Г. Панкратов, Ю. К. Баженов, В. Г. Шахурин. - М.: Дашков и К, 2011. - 547 с.
5. Плониш, В. Ю. Теория и практика массовой информации : учебное пособие / В. Ю. Плониш ; С.-Петербур. ин-т внешнеэкон. связи, экономики и права, О-во "Знание" С.-Петербур. и Ленингр. обл. - СПб., 2005. - 166, [1] с.

6. Соколов, А. В. Общая теория социальной коммуникации : учеб. пособие / А. В. Соколов. - СПб., 2002. - 460 с. : ил.
7. Тощенко, Ж. Т. Социология управления : [учебник для вузов] / Ж. Т. Тощенко ; Рос. гос. гуманитар. ун-т ; Ин-т социологии. - М., 2011. - 298, [1] с. : ил., табл.. - Парал. тит. л. англ.
8. Федотова, Л. Н. Социология массовых коммуникаций. Теория и практика : учебник / Л. Н. Федотова. - Москва, 2014
9. Филатова, О.Г. Социальная реклама и PR-поддержка программ развития информационного общества [Электронный ресурс] : учебное пособие / О.Г. Филатова. — Электрон. дан. — Санкт-Петербург : НИУ ИТМО, 2013. — 136 с. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/71079>. — Загл. с экрана.
10. Чумиков, А.Н. Связи с общественностью. Теория и практика : учебное пособие по специальности "Связи с общественностью" / А. Н. Чумиков, М. П. Бочаров ; Моск. гос. ун-т им. М. В. Ломоносова М. : ДЕЛО , 2006 - 551 с.
11. Шарков, Ф.И. Интегрированные коммуникации: реклама, публик рилейшнз, брендинг : учебное пособие [для вузов по направлению подготовки (специальности) "Связи с общественностью"] / Ф. И. Шарков ; Междунар. акад. бизнеса и упр., Ин-т соврем. коммуникацион. систем и технологий М. : Дашков и К , 2011

4.3 Методическое обеспечение

1. Васильева, М.Р. Визуальная среда рекламы : электронный учебно-методический комплекс / М. Р. Васильева ; Новосиб. гос. техн. ун-т.- Новосибирск , [2014]. – Режим доступа:
2. <http://dispace.edu.nstu.ru/didesk/course/show/4232>. - Загл. с экрана.
3. Выполнение и организация защит выпускных квалификационных работ студентов: Методические указания / Ю.В. Никитин, Т.Ю. Сурнина, О.В. Винникова. – Новосибирск: НГТУ, 2016. – 47 с.
4. Захарова, А.В. Коммуникационная стратегия региона / электронный учебно-методический комплекс / А.В. Захарова; Новосиб. гос. техн. ун-т.- Новосибирск , [2014]. – Режим доступа:
5. <http://dispace.edu.nstu.ru/didesk/course/show/6306>. - Загл. с экрана.
6. Крюков, В. В. Философия : учебник для технических вузов / В. В. Крюков . - 3-е изд., авториз., испр. и доп. - Новосибирск : Изд-во НГТУ, 2013. - 212 с. - (Серия "Учебники НГТУ").
7. Паршукова, Г. Б. Основы теории коммуникации [Электронный ресурс] : электронный учебно-методический комплекс / Г. Б. Паршукова ; Новосиб. гос. техн. ун-т. - Новосибирск, [2012]. - Режим доступа: http://elibrary.nstu.ru/source?bib_id=vtls000175891. - Загл. с экрана.
8. Паршукова, Г. Б. Теория массовой информации [Электронный ресурс] : электронный учебно-методический комплекс / Г. Б. Паршукова, П. Н. Паршукова ; Новосиб. гос. техн. ун-т. - Новосибирск, [2016]. - Режим доступа: http://elibrary.nstu.ru/source?bib_id=vtls000228722. - Загл. с экрана.
9. Сайкин, Е.А. Антикризисный PR : учебное пособие / Е.А. Сайкин. –Новосибирск : Изд-во НГТУ, 2015. – 44 с.
10. Сайкин, Е.А. Основы дизайна: учебное пособие / Е.А. Сайкин. – Новосибирск: Изд-во НГТУ, 2018. – 58 с.
11. Сайкин, Е.А. Основы брендинга : учеб. пособие / Е.А. Сайкин. – Новосибирск: Изд-во НГТУ, 2016. – 55 с.
12. Сайкин Е.А., Сергеева З.Н. Организация и проведение кампаний в связях с общественностью : учебное пособие / Е. А. Сайкин, З. Н. Сергеева ; Новосиб. гос. техн. ун-т Новосибирск : Изд-во НГТУ , 2014 – 82 с.
13. Сергеева, З. Н. Основы интегрированных коммуникаций : учебное пособие / З. Н. Сергеева ; Новосиб. гос. техн. ун-т. - Новосибирск, 2016. - 89, [1] с. : ил., табл.. - Режим доступа: http://elibrary.nstu.ru/source?bib_id=vtls000229221

14. Философия культуры : метод. пособие для всех специальностей очной формы обучения / сост. Н. С. Бажутина. - Новосибирск : Изд-во НГТУ, 2014. - 20 с.
15. Философия техники: обзор основных концепций : учеб.-метод. пособие / сост. Л. Б. Сандакова. - Новосибирск : Изд-во НГТУ, 2014. - 39 с

4.4. Электронные ресурсы

1. 100 инструментов SMM-продвижения / Блог интернет-маркетолога [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http:// www.seo-write.ru/?p=362](http://www.seo-write.ru/?p=362)
2. Блог-словарь WestSEO [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://westseo.ru/article/blog/>
3. Маркетинг и маркетинговые исследования [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.mmr.ru/>
4. Поисковые системы в сети Интернет [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http:// citforum.ru/internet/search/searchsystems.shtml](http://citforum.ru/internet/search/searchsystems.shtml)
5. Пресс-служба: Всероссийский специализированный журнал [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://press-service.ru/>
6. Работа с Документами Google – Справка – Документы Google [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http:// docs.google.com/](http://docs.google.com/)
7. Связи с общественностью в государственных структурах: Специализированный журнал [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://gospr.ru/>
8. Сервисы социальных новостей / smolive.ru [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http:// smolive.ru/sotsialnyih-novostey/](http://smolive.ru/sotsialnyih-novostey/)
9. Словарь основных маркетинговых терминов [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.glossostav.ru/word/>
10. Словарь рекламных терминов [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://www.advesti.ru/ glossary/](http://www.advesti.ru/glossary/)

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Новосибирский государственный технический университет»
Кафедра Социологии и массовых коммуникаций



«УТВЕРЖДАЮ»
Первый проректор
Г.И. Расторгуев
_____ ре 2018 г.

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ИТОГОВОЙ АТТЕСТАЦИИ

Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль): Социальные коммуникации

Основной вид деятельности: рыночно-исследовательская и прогнозно-аналитическая

Квалификация: Бакалавр

Форма обучения: очная

Год начала подготовки по образовательной программе: 2017

Ориентированность: программа академического бакалавриата

Новосибирск 2018

1 Паспорт государственного экзамена

1.1 Обобщенная структура государственного экзамена

Обобщенная структура государственного экзамена приведена в таблице 1.1.1.

Таблица 1.1.1

Коды	Компетенции и показатели сформированности	Вопросы государственного экзамена
ОК.1 способность использовать основы философских знаний для формирования мировоззренческой позиции		
з1	Знать основы философских знаний для формирования мировоззренческой позиции	9
ОК.2 способность анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции		
з1	Знать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции	12,26
ОК.3 способность использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности		
з1	Знать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности	28
ОК.4 способность использовать основы правовых знаний в различных сферах жизнедеятельности		
з1	Знать основы правовых знаний в различных сферах жизнедеятельности	42
ОК.5 способность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия		
з1	Знать правила коммуникации в устной и письменной формах на русском языке для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия	52
ОК.6 способность работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия		
з2	Знать основы организационно-управленческой работы с коллективами	6,16,24,32,60
з3	Знать особенности работы в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия	16,35,37,41,45,58,66,67
ОК.7 способность к самоорганизации и самообразованию		
з1	Знать способы самоорганизации и самообразования	11,13
ОК.8 способность использовать методы и средства физической культуры для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности		
з1	Знать методы и средства физической культуры для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности	51
ОК.9 готовность пользоваться основными методами защиты производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий		

з1	Знать основные методы защиты производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий	27
ОПК.1 способность осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах		
з5	Знать профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах, в том числе с учетом регионального развития	5,7,8,20,38,39,61,62
ОПК.2 владение знаниями и навыками работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью		
з1	Знать основы работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью	66
з2	Знать специфику персонального имиджа	34
з3	Знать особенности работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве с учетом особенностей региона	19,47,66,67
з4	Знать структуру рекламного агентства, пресс-центра, пресс-службы, отделов печати, СМИ, отделов по связям с общественностью, центров общественных связей и коммуникационных агентств	35,37,45, 69
ОПК.3 обладанием базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владение навыками литературного редактирования, копирайтинга		
з1	Знать базовые инструменты создания текстов рекламы и связей с общественностью	1,4,10,36,49
з2	Знать способы подготовки к выпуску, производство и методы распространения рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы	7,8,46,48, 50
з3	Знать технологии литературного редактирования, копирайтинга	10,56
ОПК.4 умением планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия		
з1	Знать инструменты планирования и организации коммуникационных кампаний и мероприятий	2,17,18,21,22,31,57,59
ОПК.5 умением проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия		
з1	Знать технологию проведения коммуникационных кампаний и мероприятий	3,25,33,53,63,64,65
ОПК.6 способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности		
з1	Знать способы решения стандартных задач профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований	11,40

	информационной безопасности	
ПК.9 способность проводить маркетинговые исследования		
з1	Знать методы и инструменты реализации проектов	30,44, 64
з2	Знать способы подготовки и осуществления рекламных кампаний и мероприятий, учитывая региональные особенности	29,43,54, 65
з3	Знать инструменты и способы маркетинговых исследований	19, 29, 31, 64, 66
ПК.10 способность организовывать и проводить социологические исследования		
з1	Знать инструменты организации и оперативного планирования своей деятельности и деятельности фирмы, в том числе с учетом региональных особенностей	16, 17, 18, 24, 32, 35, 37, 39, 40, 45, 47, 58, 70
з2	Знать основные особенности журналистики как социального института	11, 15, 36, 41, 52, 56
з3	Знать инструменты и правила проведения социологических исследований	2, 3, 31, 64, 69, 70
ПК.11 способность владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов		
з1	Знать основные результаты современных исторических исследований, необходимых в профессиональной деятельности	12
з2	Знать основы бухгалтерского учета, необходимые в профессиональной деятельности	5, 28
з3	Знать основные результаты современных исследований в области литературы и искусства, необходимые в профессиональной деятельности	68
з4	Знать правила и способы написания аналитических справок, обзоров и прогнозов с учетом региональных особенностей	1, 4, 10, 11
з5	Знать основные результаты современных научных исследований природы, необходимые в профессиональной деятельности	14

1.2 Пример билета

НОВОСИБИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
Факультет гуманитарного образования

Экзаменационный билет № 4

к государственному экзамену по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

1. Значение современных философских концепций для формирования мировоззренческой позиции специалиста в области рекламы и PR

2. Рекламная и PR-кампания. Особенности планирования и осуществления

Утверждаю: зав. кафедрой СиМК _____ Г.Б. Паршукова

(подпись)

(дата)

1.3 Методика оценки

Билеты к экзамену формируются из вопросов, представленных в пункте 1.5. Билет содержит два теоретических вопроса. Вопросы билета выбираются случайным образом из перечня вопросов. Итоговая оценка за государственный экзамен выставляется в соответствии с критериями, приведенными в п. 1.4.

1.4 Критерии оценки

По результатам ответов студента на вопросы билета и дополнительные вопросы (уточняющие суть ответа) государственная экзаменационная комиссия оценивает сформированность компетенций на разных уровнях.

Соответствие уровней сформированности компетенций, критериев оценки и баллов по 100-балльной шкале приведено в таблице 1.4.1.

Таблица 1.4.1

Критерии оценки	Уровень сформированности компетенций	Диапазон баллов
студент правильно и полностью ответил на два вопроса экзаменационного билета, а также дополнительные вопросы, уточняющие суть ответа, чем показал углубленные знания	Продвинутый	87-100
студент правильно ответил на все вопросы, но недостаточно развернуто, ответил правильно на все дополнительные вопросы	Базовый	73-86
студент правильно ответил на один вопрос билета, на второй вопрос ответил не полно или не точно, отвечал на дополнительные вопросы, знания не структурированы и поверхностны	Пороговый	50-72
студент правильно ответил на один вопрос экзаменационного билета, не ответил на второй вопрос и ни на один дополнительный или уточняющий вопрос	Ниже порогового	0-50

Итоговая оценка по государственному экзамену выставляется по 100-балльной шкале, по буквенной шкале ECTS и в традиционной форме (в соответствии с действующим **Положением о балльно-рейтинговой системе оценки достижений студентов НГТУ**).

1.5 Примерный перечень теоретических вопросов

1. Аналитические документы в профессиональной деятельности в области рекламы и связей с общественностью
2. Аудитория коммуникации
3. Барьеры коммуникации. Понятие и виды
4. Проектная документация (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт) Виды и процесс создания
5. Применение основ бухгалтерского учета в рекламе и связях с общественностью
6. Внутрикорпоративный PR, корпоративная культура.
7. Производство и распространение печатной рекламной продукции
8. Производство и распространение рекламной видеопродукции
9. Значение современных философских концепций для формирования мировоззренческой позиции специалиста в области рекламы и PR
10. Инструменты литературного редактирования
11. Информационная и библиографическая культура специалиста по рекламе и PR
12. Исторические вехи возникновения коммуникации в социуме
13. Качества современного человека, необходимые для конкурентоспособности на рынке труда.
14. Значение научных достижений в сфере естественных наук для формирования мировоззренческой позиции специалиста в области рекламы и PR
15. Особенности журналистики как социального института
16. Технологии создания эффективной коммуникационной инфраструктуры организации. Базовые элементы
17. Коммуникационная стратегия организации. Понятие и виды.
18. Коммуникационный процесс
19. Маркетинговые исследования в рекламе и связях с общественностью
20. Консультирование в связях с общественностью. Виды и формы и методы
21. Модели коммуникации
22. Модели массовой коммуникации
23. Наружная реклама и реклама на транспорте. Правовое регулирование
24. Организационно-управленческая работа с трудовыми коллективами.
25. Организация коммуникационных кампаний и мероприятий
26. Основные закономерности исторического развития современного общества для формирования гражданской позиции
27. Основные методы защиты производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий
28. Основные направления экономических знаний, необходимые человеку 21 века в различных сферах жизнедеятельности.
29. Основные элементы системы интегрированных маркетинговых коммуникаций
30. Особенности коммерческого PR
31. Целевая аудитория. Понятие. Особенности определения целевой аудитории
32. Особенности организационно-управленческой работы с малыми коллективами
33. Политический PR. Понятие и особенности
34. Персональный имидж. Специфика персонального имиджа
35. Особенности работы специалистов в отделах рекламы/связей с общественностью организации/фирмы
36. Особенности рекламных текстов и текстов связей с общественностью
37. Пресс-центр, Пресс-служба, Отделы печати, СМИ. Структура и особенности функционирования в регионе
38. Оценка эффективности рекламной деятельности и связей с общественностью

39. Планирование в рекламе и связях с общественностью
40. Понятие информационной безопасности организации. Правовая защита информационной безопасности и принципы защиты авторского права на программные продукты
41. Понятие толерантности в современном мире
42. Правовая культура. Основные направления правовых знаний в различных сферах жизнедеятельности, необходимые человеку 21 века
43. Продвижение товаров и услуг на рынок
44. Проектная деятельность в области рекламы и связей с общественностью
45. Профессиональные функции специалиста в области рекламы в различных сферах деятельности
46. Реклама и связи с общественностью в интернет и социальных сетях
47. Рекламные и коммуникационные агентства. Структура и особенности деятельности
48. Дизайн в рекламе и PR. Специфика
49. Рекламное сообщение: понятие, структура, форма и процесс создания
50. Рекламный процесс. Участники рекламного процесса
51. Роль физической культуры в деятельности современного человека
52. Способность к коммуникации в устной и письменной форме, на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия как базовая (ключевая) компетенция человека в 21 веке
53. Стадии консультационного процесса «7С»
54. Стратегии интегрированных маркетинговых коммуникаций
55. Сферы коммуникации
56. Технология копирайтинга в рекламе и связях с общественностью
57. Типы и виды коммуникаций.
58. Управление и организация работы рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы и организации.
59. Фигура коммуникатора в рекламе и связях с общественностью
60. Имидж организации. Основные направления формирования
61. Политическая реклама. Цель, задачи, виды
62. Цель, задачи, виды социальной рекламы.
63. Цикличность коммуникационного воздействия – система RACE
64. Эффективность коммуникации. Понятие и критерии
65. Рекламная и PR-кампания. Особенности планирования и осуществления
66. Профессиональные функции специалиста в маркетинговом отделе и в рекламном агентстве
67. Эффективность деятельности отдела по связям с общественностью
68. Использование образов литературы и искусства в рекламной и PR деятельности
69. Социологические службы организаций и учреждений. Организация работы и функции
70. Инструменты организации и правила проведения социологического исследования

2 Паспорт выпускной квалификационной работы

2.1 Обобщенная структура защиты выпускной квалификационной работы (ВКР)

Обобщенная структура защиты ВКР приведена в таблице 2.1.1.

Таблица 2.1.1

Коды	Компетенции и показатели сформированности	Разделы и этапы ВКР
ОК.4 способность использовать основы правовых знаний в различных сферах жизнедеятельности		
у2	Уметь применять нормативно-правовые акты в сфере профессиональной деятельности	глава 1. (включающая аналитический обзор литературы) глава 2. (включающая исследовательскую (проектную)) часть список использованных источников (в том числе источники на иностранном языке), заключение приложения (при необходимости)
ОПК.1 способность осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах		
у6	Уметь планировать и применять инструменты антикризисного PR	задание на выпускную квалификационную работу введение (включающее актуальность выбранной тематики, цели и задачи исследования) глава 1. (включающая аналитический обзор литературы) глава 2. (включающая исследовательскую (проектную)) часть заключение приложения (при необходимости).
у7	Уметь осуществлять консалтинговую деятельность в профессиональной сфере	задание на выпускную квалификационную работу, введение (включающее актуальность выбранной тематики, цели и задачи исследования) глава 1. (включающая аналитический обзор литературы) глава 2. (включающая исследовательскую (проектную)) часть заключение приложения (при необходимости)
у8	Уметь анализировать имидж территории	задание на выпускную квалификационную работу введение (включающее актуальность выбранной тематики, цели и задачи исследования) глава 1. (включающая аналитический обзор литературы) глава 2. (включающая исследовательскую (проектную)) часть

		заклучение приложения (при необходимости)
ОПК.2 владение знаниями и навыками работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью		
з1	Знать основы работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью	глава 1. (включающая аналитический обзор литературы) глава 2. (включающая исследовательскую (проектную)) часть приложения (при необходимости)
з3	Знать особенности работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве с учетом особенностей региона	глава 1. (включающая аналитический обзор литературы) глава 2. (включающая исследовательскую (проектную)) часть, приложения (при необходимости)
з4	Знать структуру рекламного агентства, пресс-центра, пресс-службы, отделов печати, СМИ, отделов по связям с общественностью, центров общественных связей и коммуникационных агентств	глава 1. (включающая аналитический обзор литературы) глава 2. (включающая исследовательскую (проектную)) часть приложения (при необходимости)
ОПК.3 обладанием базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владение навыками литературного редактирования, копирайтинга		
у4	Уметь работать с рекламными и PR-текстами на родном языке	глава 2. (включающая исследовательскую (проектную)) часть
у6	Уметь писать пресс-релизы	глава 2. (включающая исследовательскую (проектную)) часть
ОПК.6 способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности		
у2	Уметь использовать социальные сети для целей рекламы и связей с общественностью	введение (включающее актуальность выбранной тематики, цели и задачи исследования) глава 1. (включающая аналитический обзор литературы) глава 2. (включающая исследовательскую (проектную)) часть заклучение список использованных источников (в том числе источники на иностранном языке) приложения (при необходимости)
у3	Уметь анализировать коммуникации в веб-пространстве, оценивать качество электронных ресурсов	глава 1. (включающая аналитический обзор литературы) глава 2. (включающая исследовательскую (проектную)) часть заклучение приложения (при необходимости)
у4	Уметь проектировать фирменный стиль	глава 2. (включающая исследовательскую (проектную)) часть заклучение приложения (при необходимости)

ПК.9 способность проводить маркетинговые исследования		
y1	Уметь реализовывать проекты и владеть методами их реализации	глава 2. (включающая исследовательскую (проектную)) часть приложения (при необходимости)
y2	Уметь под контролем осуществлять рекламные кампании и мероприятия, учитывая региональные особенности	глава 2. (включающая исследовательскую (проектную)) часть приложения (при необходимости).
y3	Уметь проводить маркетинговые исследования	глава 2. (включающая исследовательскую (проектную)) часть приложения (при необходимости)
ПК.10 способность организовывать и проводить социологические исследования		
y1	Уметь организовывать и проводить социологические исследования	введение (включающее актуальность выбранной тематики, цели и задачи исследования) глава 1. (включающая аналитический обзор литературы) глава 2. (включающая исследовательскую (проектную)) часть приложения (при необходимости)
y2	Уметь применять инструменты организации и оперативного планирования своей деятельности и деятельности фирмы в том числе учетом региональных особенностей	задание на выпускную квалификационную работу введение (включающее актуальность выбранной тематики, цели и задачи исследования) глава 1. (включающая аналитический обзор литературы) глава 2. (включающая исследовательскую (проектную)) часть приложения (при необходимости)
ПК.11 способность владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов		
y1	Уметь создавать аналитические справки, обзоры и прогнозы, учитывая региональные особенности	введение (включающее актуальность выбранной тематики, цели и задачи исследования) глава 1. (включающая аналитический обзор литературы) глава 2. (включающая исследовательскую (проектную)) часть список использованных источников (в том числе источники на иностранном языке) заключение приложения (при необходимости)
y2	Уметь анализировать, интерпретировать, оценивать, сопоставлять, представлять визуальные образы	глава 2. (включающая исследовательскую (проектную)) часть приложения (при необходимости)

2.2 Структура выпускной квалификационной работы

Выпускная квалификационная работа содержит следующие разделы:

- задание на выпускную квалификационную работу,
- введение (включающее актуальность выбранной тематики, цели и задачи исследования)

- глава 1. (включающая аналитический обзор литературы)
- глава 2. (включающая исследовательскую (проектную) часть,
- заключение,
- список использованных источников (в том числе источники на иностранном языке),
- приложения (при необходимости).

2.3 Методика оценки выпускной квалификационной работы

2.3.1 Выпускная квалификационная работа оценивается на заседании ГЭК. Члены ГЭК оценивают содержание работы и ее защиту, включающую доклад и ответы на вопросы, по критериям, приведенным в разделе 2.4.

2.3.2 Согласованная итоговая оценка выставляется на основании оценок членов ГЭК с учетом оценки руководителя работы. Итоговая оценка по результатам защиты выпускной квалификационной работы выставляется по 100-балльной шкале, по буквенной шкале ECTS и в традиционной форме (в соответствии с действующим **Положением о балльно-рейтинговой системе оценки достижений студентов НГТУ**).

2.4 Критерии оценки ВКР

Критерии оценки выпускной квалификационной работы приведены в таблице 2.4.1. На основании приведенных критериев при оценке ВКР делается вывод о сформированности соответствующих компетенций на разных уровнях.

Таблица 2.4.1

Критерии оценки ВКР	Уровень сформированности компетенций	Диапазон баллов
<ul style="list-style-type: none"> • структура и оформление ВКР полностью соответствует всем предъявляемым требованиям • исследование проведено глубоко и полно, тема раскрыта • в работе отражены и обоснованы положения, выводы, подтверждены актуальность и значимость работы, аргументация полученных выводов достаточная • отзыв руководителя не содержит замечаний • представление работы в устном докладе полностью отражает полученные результаты, иллюстративный материал отличается наглядностью • ответы на вопросы комиссии сформулированы четко, с достаточной аргументацией и свидетельствуют о полном владении материалом исследования 	Продвинутый	87-100
<ul style="list-style-type: none"> • структура и оформление ВКР отвечает большинству предъявляемых требований • исследование проведено в полном объеме, тема раскрыта • в работе отражены и обоснованы положения, выводы, подтверждены актуальность и значимость работы, но аргументация полученных выводов не достаточно полная • отзыв руководителя не содержит принципиальных замечаний • представление работы в устном докладе отражает 	Базовый	73-86

<p>основные полученные результаты, иллюстративный материал отличается наглядностью</p> <ul style="list-style-type: none"> • ответы на вопросы комиссии сформулированы четко, но с недостаточной аргументацией 		
<ul style="list-style-type: none"> • структура и оформление ВКР отвечает большинству предъявляемых требований • тема исследования раскрыта не достаточно полно • выводы и положения в работе недостаточно обоснованы, не подтверждены актуальность и значимость работы • отзыв руководителя содержит не более двух принципиальных замечаний • в устном докладе представлены основные полученные результаты, но есть недочеты в иллюстративном материале • ответы на вопросы комиссии свидетельствуют о недостаточно полном владении материалом исследования 	<p>Пороговый</p>	<p>50-72</p>
<ul style="list-style-type: none"> • структура и оформление ВКР не отвечает большинству предъявляемых требований • тема исследования не раскрыта • выводы и положения в работе недостаточно обоснованы, не подтверждены актуальность и значимость работы • отзыв руководителя содержит более двух принципиальных замечаний • представление работы в устном докладе не отражает основные полученные результаты, есть существенные недочеты в иллюстративном материале • ответы на вопросы комиссии свидетельствуют о недостаточном владении материалом исследования 	<p>Ниже порогового</p>	<p>0-50</p>

Составитель _____
(подпись)

« _____ » _____ 2018 г.