

**Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА И
ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ
ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»**

Институт общественных наук
(наименование структурного подразделения)
Кафедра политических и общественных коммуникаций

УТВЕРЖДЕНА
Заседанием кафедры теории
и практики медиакоммуникаций
Протокол от «29» мая 2019 г. № 9

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
ГОСУДАРСТВЕННОЙ ИТОГОВОЙ АТТЕСТАЦИИ**

42.03.01 Реклама и связи с общественностью
(код, наименование направления подготовки)

«Управление социальными коммуникациями» (Liberal Arts)
(направленность(профиль))

бакалавр
(квалификация)

очная
(форма(ы) обучения)

Год набора - 2020

Москва, 2019 г.

Авторы-составители:

Доцент кафедры, кандидат экономических наук Захарова М.В.

Заместитель директора Школы медиакоммуникаций Удалова Т.В.

Старший преподаватель, директор Школы медиакоммуникаций Фетисов А.В.

Заведующий кафедрой:

Заведующий кафедрой

политических и общественных

коммуникаций, профессор, PhD Потоликино С.

СОДЕРЖАНИЕ

1. Перечень компетенций, которыми должны овладеть обучающиеся в результате освоения образовательной программы
2. Показатели и критерии оценивания компетенций
3. Шкалы оценивания
4. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов освоения образовательной программы
5. Методические материалы
6. Материально-техническое и программное обеспечение государственной итоговой аттестации

1. Перечень компетенций, которыми должны овладеть обучающиеся в результате освоения образовательной программы

1.1. Перечень компетенций, владение которыми должен продемонстрировать обучающийся в ходе ГИА:

1.1.1. При защите выпускной квалификационной работы

УК ОС-1	Способность применять критический анализ информации и системный подход для решения задач обоснования собственной гражданской и мировоззренческой позиции
УК ОС-4	Способность осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном и иностранном(ых) языках
ОПК-1	Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем
ОПК-2	Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах
ОПК-3	Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов
ОПК-4	Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности
ОПК-5	Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм
ОПК-6	Способен использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии
ОПК-7	Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности
ПКо ОС LA-1	Способен самостоятельно организовывать свою деятельность и планировать деятельность организации
ПКо ОС LA-2	Способен адекватно и профессионально решать задачи создания и продвижения информационных ресурсов
ПКо ОС LA-3	Способен разрабатывать, редактировать и продвигать рекламный продукт, используя методы производства мультимедийного контента

1.1.2 При сдаче государственного экзамена (при наличии)

Государственный экзамен не проводится

1.2. Перечень общепрофессиональных компетенций, на основе которых были освоены профессиональные компетенции

ОПК-1	Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем
ОПК-2	Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах
ОПК-3	Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов
ОПК-4	Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности
ОПК-5	Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм
ОПК-6	Способен использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии
ОПК-7	Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности

1.3. Перечень универсальных компетенций, подтверждающих наличие у выпускника общих знаний и социального опыта

УК ОС-1 Системное критическое мышление	и	Способность применять критический анализ информации и системный подход для решения задач обоснования собственной гражданской и мировоззренческой позиции
УК ОС-2 Разработка и реализация проектов	и	Способность разработать проект на основе оценки ресурсов и ограничений
УК ОС-3 Командная работа и лидерство		Способность вести себя в соответствии с требованиями ролевой позиции в командной работе
УК ОС-4		Способность осуществлять деловую коммуникацию в устной и

Коммуникация	письменной формах на государственном и иностранном(ых) языках
УК ОС-5 Межкультурное взаимодействие	Способность проявлять толерантность в условиях межкультурного разнообразия общества
УК ОС-6 Самоорганизация и саморазвитие (в т.ч. здоровьесбережение)	Способность выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни
УК ОС-7 Самоорганизация и саморазвитие (в т.ч. здоровьесбережение)	Способность поддерживать уровень физического здоровья, достаточного для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности
УК ОС-8 Безопасность жизнедеятельности	Способность создавать и поддерживать безопасные условия жизнедеятельности, в том числе при возникновении чрезвычайных ситуаций
УК ОС-9 Основы экономических знаний	Способность использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности
УК ОС-10 Основы правовых знаний	Способность использовать основы правовых знаний в различных сферах деятельности

2. Показатели и критерии оценивания компетенций

2.1. Выпускная квалификационная работа

Код компетенции	Наименование компетенции	Показатели оценивания	Критерии оценивания	Индикатор	Способ/средство оценивания
УК ОС-1	Способность применять критический анализ информации и системный подход для решения задач обоснования собственной гражданской и мировоззренческой позиции	Владеет логикой и абстрактным мышлением для представления собственной позиции. Находит неточности и несвязность в собственном мышлении и исправляет эти ошибки. Использует различные абстрактные понятия (научного и нет характера) для анализа сложной информации.	Ответы на содержательные вопросы основаны на логичной подаче аргументов, которые сопровождаются использованием абстрактного понятийного аппарата из различных областей знания. Благодаря владению абстрактным понятийным аппаратом раскрывается глубина комплексных идей или проблем и неоднозначность возможностей их воплощения в жизнь.	Формулирует собственную гражданскую и мировоззренческих то позицию с опорой на системный анализ философских взглядов и исторических закономерностей, явлений и событий.	Написание в ВКР «Введение» Соответствие темы ВКР содержанию работы Ответы на вопросы членов комиссии во время защиты.
УК ОС-4	Способность осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном и иностранном(ых) языках	Осознает необходимость непрерывности самосовершенствования в вопросах использования и качества владения коммуникативным инструментарием	Студент обладает рефлексивной, критической позицией в отношении своих коммуникационных навыков, в состоянии планировать и реализовывать дальнейшее самосовершенствование в этой области	Соблюдает требования к языку и форме делового общения в зависимости от решаемой коммуникативной задачи.	Анализ литературы по теме исследования на русском и иностранных языках, написание текста ВКР на русском языке Ответы на вопросы членов комиссии во

					время защиты
ОПК-1	Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	редактировать тексты в соответствии со стилистикой и правилами русского языка создавать различные виды профессиональных текстов и работать с ними;	Подготавливает тексты (медиапродукт) для публикации в новых медиа, владеет методами структурирования информации, текстов на русском и (или) иностранном языках	Ответ на зачете. защита отчета по практике	2 глава ВКР. Полнота раскрытия выбранной темы.
ОПК-2	Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	Демонстрирует знания ведения пиар и рекламных кампаний, мероприятий Демонстрирует владение широким спектром коммуникационных инструментов.	Студент применяет навыки ведения коммуникационных проектов на практике Применяет методы и инструменты тактического планирования коммуникаций, коммуникационные инструменты	Осуществляет самостоятельный поиск и выбор событий, явлений, как материала для публикаций, выделяет специфику и особенности темы, верно определяет основную сюжетную линию освещаемой темы	Введение и 1 глава ВКР Четкость соответствия цели и задач работы полученным результатам.
ОПК-3	Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	Создают коммуникации внутри организации и за ее пределами Способствует созданию позитивной внутренней и внешней коммуникации	Использует и применяет эффективные приемы коммуникации Использует современные технологии по созданию благоприятного коммуникационного климата	Ориентируется в реалиях российского и зарубежного медиарынков, владеет основными (базовыми) принципами разработки концепции медиапроекта (в том числе моделирования и дизайна), методами ее анализа и коррекции, выстраивает алгоритмы	Анализ литературных источников и научной базы по теме исследования (введение) Список использованных источников

				работы с учетом современных практик	
ОПК-4	Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	Владение навыками аргументированного резюмирования на основании полученной в результате операций научного мышления информации и выдвижения соображений, в том числе в исследовательском; Использует отечественный и международный опыт разработки инновационных продуктов, внедрения инноваций, получения позитивных результатов с выходом на мировые рынки	Выдвигает новые идеи для целей ранжирования и определения приоритетов в текущей и перспективной исследовательской работе. Адекватно использует отечественный и международный опыт разработки инновационных продуктов, внедрения инноваций, получения позитивных результатов с выходом на мировые рынки	Отбирает темы публикаций в соответствии с параметрами целевых аудиторий, релевантных профессиональной деятельности, выстраивает коммуникацию с авторами в рамках осуществления профессиональной деятельности в современных СМИ	Актуальность исследования Четкость соответствия цели и задач работы полученным результатам.
ОПК-5	Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакommunikационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их	Отслеживает информационные поводы, планирует деятельность, организует и проводит анализ	Осуществляет самостоятельный поиск и выбор событий, явлений, фактов как основы материала, принимая во внимание основные этапы и процессы развития отечественной литературы и журналистики, выделяет специфику и	Проводит анализ ситуации, управленческих решений, актуальность тем для материалов с учетом специфики различных видов печатных изданий, исходя из политических и экономических	Соблюдение сроков написания работы и связь с научным руководителем

	функционирования, правовых и этических норм		особенности темы, верно определяет основную сюжетную линию освещаемой темы, составляет график работы над заданием, формулирует предложения для разработки текущих и перспективных планов редакции (канала), самостоятельно готовит вопросы к интервью, проводит интервью, создает материалы в форматах новости и интервью, самостоятельно редактирует подготовленные материалы	механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования самостоятельно взаимодействует с участниками коммуникационного процесса	
ОПК-6	Способен использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии	<p>Умеет пользоваться коммуникационным пространством интернета.</p> <p>Способен извлекать информацию из цифровых носителей, готовить контент для онлайн публикации</p> <p>Использует программное обеспечение и технологии в профессиональной деятельности</p>	Использует программы ИКТ для редактирования и вёрстки информации, самостоятельно проводит фото-, видео-, аудиодокументирование освещаемого события, участвует в работе съемочной группы	Использует программы ИКТ для редактирования и вёрстки информации, самостоятельно проводит фото-, видео-, аудиодокументирование освещаемого события, участвует в работе съемочной группы	Общее оформление текста работы. Презентация для выступления: структура и оформление
ОПК-7	Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности	<p>Способен разрабатывать и продвигать рекламные и PR-продукты.</p> <p>Владеет технологиями по формированию имиджа</p>	Выстраивает алгоритм разработки и продвижения рекламных и PR-продуктов, и коммуникационных кампаний	Проводит анализ социологических и маркетинговых исследований с учетом правовых норм и учетом общественного	Выступление на защите: четкое и ясное изложение материала. Ответы на вопросы членов

		фирмы		мнения	комиссии во время защиты. Соблюдение сроков написания работы и связь с научным руководителем
ПКo OC LA-1	Способен самостоятельно организовывать свою деятельность и планировать деятельность организации	Демонстрирует знания основ и правил имиджмейкинга. Демонстрирует владение широким спектром коммуникационных инструментов.	Студент применяет навыки имиджмейкинга на практике, Применяет методы и инструменты тактического планирования коммуникаций, коммуникационные инструменты для организации публичных и непубличных выступлений.	Определяет и формулирует цель и задачи своей и (или) деятельности организации (планирует коммуникационную стратегию на основе коммуникационной политики организации)	Четкость соответствия цели и задач работы полученным результатам. Полнота раскрытия выбранной темы. Общее оформление текста работы.
ПКo OC LA-2	Способен адекватно и профессионально решать задачи создания и продвижения информационных ресурсов	Определяет основные инструменты создания и продвижения продукта	Демонстрирует понимание основных средств создания и продвижения продукта	Выполняет поиск информации по тематике, создает/редактирует, размещает и анализирует информационные материалы/ресурсы в интернет-среде, используя инструменты продвижения	Выступление на защите: чёткое и ясное изложение материала. Общее оформление текста работы.
ПКo OC LA-3	Способен разрабатывать, редактировать и	Студент демонстрирует знания основ использования	Студент применяет навыки создания различных рекламных продуктов	Создает и(или) редактирует контент/рекламные продукты, используя	Четкость соответствия цели и задач

	продвигать рекламный продукт, используя методы производства мультимедийного контента	выразительных и изобразительных средств рекламы		выразительные и изобразительные средства в формате мультимедиа	работы полученным результатам. Полнота раскрытия выбранной темы.
--	--	---	--	--	--

3. Шкала оценивания

Успешность выполнения и защиты ВКР определяется оценками «отлично», «хорошо», «удовлетворительно».

Общая оценка складывается из оценки самой представленной ВКР, презентации работы в ходе защиты и ответов на вопросы во время защиты.

Во время защиты ВКР оценивается на основе принципа квалиметрии в соответствии с бальной градацией критериев и показателей оценки. *Шкала*

оценивания на защите ВКР

№ п/п	Название компетенции	Критерий оценивания	Количество баллов
1.	УК ОС-1 Способность применять критический анализ информации и системный подход для решения задач обоснования собственной гражданской и мировоззренческой позиции УК ОС-4 Способностью осуществлять деловую коммуникацию в устной и <u>письменной формах</u> на государственном(ых) и иностранном (ых) языках ПК ОС LA-4 Способность готовить проектную документацию (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт) с использованием информационно-коммуникационных технологий	Структура, объем и оформление работы соответствуют требованиям программы ГИА. Изложение аргументировано, логично и непротиворечиво. Поставленная цель достигнута, выводы соответствуют заявленной теме. Работа изложена ясным языком и демонстрирует высокие коммуникативные навыки. <i>(оценивается рецензентом кафедры)</i>	0-20 баллов
1.	ПК ОС LA-12 Способность под контролем осуществлять профессиональные функции в отделах рекламы и связях с общественностью в различных организациях и средствах массовой информации ПК ОС LA-13 Способность под контролем осуществлять рекламные кампании и мероприятия по связям с общественностью	Текст демонстрирует владение профессиональной терминологией. В тексте использованы достоверные данные, подтвержденные ссылками на источники. Выводы ВКР обоснованы и соответствуют поставленным целям. Использованная литература соответствует заявленной теме.	0-20 баллов

№ п/п	Название компетенции	Критерий оценивания	Количество баллов
2.	<p>ПК ОС LA-1 Способность применять навыки оперативного планирования и контроля в работе отделов рекламы и служб по связям с общественностью, направленных на повышение имиджа организации, на продвижение товаров и услуг на рынок и на оценку эффективности коммуникационных кампаний</p> <p>ПК ОС LA-2 Способность самостоятельно организовывать свою деятельность и планировать деятельность организации в оперативном режиме</p> <p>ПК ОС LA-3 Способность принимать организационно-управленческие решения при осуществлении коллективной деятельности</p>	<p>(оценивается работником кафедры).</p> <ul style="list-style-type: none"> - Научный руководитель рекомендует работу к защите. (0 или 5 баллов). - Отзыв подтверждает активное взаимодействие выпускника с научным руководителем/консультантом (баллы прямо в отзыве от 0 до 5). - Работа выполнена с соблюдением графика подготовки - ВКР, отчетные материалы предоставлены на кафедру в утвержденные сроки (от 0 до 5 баллов) <p>Уровень оригинальности текста не менее 75% (0 или 5 баллов):</p> <p>75-77 % - 0 баллов, 78 -80 % - 1 балл, 81-85 % - 2 балла, 86-90 % - 3 балла, 91-95 % - 4 балла, 96-100 % - 5 баллов.</p>	0-20 баллов
3.	<p>ПК ОС LA-14 Способность под контролем моделировать и разрабатывать рекламный продукт, используя методы создания визуального контента</p>	<p>Визуальная презентации выдержан в едином стиле. Презентация содержит не более 50% текстовой информации. Не менее 70% слайдов посвящена практической части ВКР.</p>	0-10 баллов
4.	<p>ПК ОС LA-5 Способность под контролем и в команде разрабатывать, планировать и реализовывать коммуникационные проекты</p> <p>ПК ОС LA-6 Способность под контролем организовывать эффективную внутреннюю и внешнюю коммуникацию в различных организациях</p> <p>ПК ОС LA-7 Способность под контролем принимать участие подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий</p>	<p>Доклад и ответы на вопросы демонстрируют владение профессиональной терминологией. Доклад и ответы на вопросы убедительны и соответствуют актуальным тенденциям профессиональной деятельности.</p>	0-10 баллов
5.	<p>ПК ОС LA-15 Способность демонстрировать адекватное</p>	<p>Доклад и ответы на вопросы демонстрирует обоснованность</p>	0-10 баллов

№ п/п	Название компетенции	Критерий оценивания	Количество баллов
	решение профессиональных задач в области маркетинга, рекламы и связей с общественностью ПК ОС LA-16 Способность под руководством разрабатывать план мероприятий по созданию, производству и распространению рекламной продукции с учетом конкретных задач рекламы и связей с общественностью	выбора темы и целей ВКР. Доклад и ответы на вопросы подтверждают достоверность выводов/результатов проведенной работы.	
6.	УК ОС-4 Способностью осуществлять деловую коммуникацию <u>в устной</u> и письменной формах на государственном(ых) и иностранном (ых) языках	Доклад и ответы на вопросы соответствуют теме и содержания текста ВКР. Содержание теоретической и практической частей ВКР тематически связаны и логически непротиворечивы.	0-10 баллов

Общая оценка за подготовку и защиту ВКР является среднеарифметическим результатом сложения баллов, полученных по всем приведенным в таблице критериям. Каждый член комиссии оценивает ВКР по перечисленным в таблице выше критериям, итоговым баллом за написание и защиту ВКР является среднеарифметическое значение суммы баллов, выставленных всеми членами комиссии. Оценка выставляется в соответствии со следующей градацией:

Таблица 8.

5 «Отлично»	ВКР соответствует показателям и критериям оценивания – 81 – 00 баллов
4 «Хорошо»	ВКР соответствует показателям и критериям оценивания – 61 – 80 баллов
3 «Удовлетворительно»	ВКР соответствует показателям и критериям оценивания – 41 – 60 баллов
2 «Неудовлетворительно»	ВКР соответствует показателям и критериям оценивания – < 40 баллов

4. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов освоения образовательной программы

4.1. Общая характеристика выпускной квалификационной работы

Описание структуры ВКР и характеристика этапов её написания, основных предъявляемых к ВКР требований представлены в таблице ниже.

Этапы работы по защите ВКР

Задачи работы на каждом этапе	Формы текущего контроля
Введение, постановка задачи: уяснение цели итоговой государственной аттестации, понимание ее содержания уточнение прав и обязанностей студента, ознакомление с программой итоговой государственной аттестации, требованиями к отчетности по ВКР и к защите ВКР, предлагаемыми методическими и справочными материалами.	Представление в учебный отдел Листа ознакомления с требованиями к ВКР, заявление на выбор темы ВКР и научного руководителя
Подготовительный этап: выбор и обоснование темы исследования, постановка целей и задач исследования, формулировка рабочей гипотезы, описание объекта и предмета исследования, разработка индивидуальной программы работы над ВКР, разработка плана ВКР.	Предзащита ВКР (синопсис)
Исследовательский, или аналитический, этап: сбор и анализ информации о предмете исследования, изучение отдельных аспектов рассматриваемой проблемы, обобщение и критический анализ трудов отечественных и зарубежных специалистов, составление библиографии по теме ВКР, анализ источников и литературы с использованием различных методик поиска информации (посещение библиотек, использование интернет-ресурсов), описание состояния разработанности научной проблемы, изучение теоретических подходов, оформление результатов проведенного исследования и их согласование с научным руководителем ВКР.	Предоставление научному руководителю текста отдельных разделов ВКР (в соответствии с утвержденным графиком)
Заключительный этап: обобщение собранного материала в соответствии с программой итоговой государственной аттестации, определение достаточности и достоверности материала, презентация результатов исследования в виде предзащиты на заседании выпускающей кафедры, написание ВКР в соответствии с требованиями Положения о ВКР.	Главы разделы ВКР (в соответствии с утвержденным графиком). Предзащита ВКР.
Защита ВКР	Текст ВКР, справка на проверку антиплагиата (не менее 75 % оригинальности)

	текста), отзыв научного руководителя
--	--------------------------------------

ВКР бакалавра представляет собой выполненную обучающимся (несколькими обучающимися) работу, демонстрирующую уровень подготовленности выпускника к самостоятельной профессиональной деятельности.

ВКР предназначена для определения исследовательских умений выпускника, глубины его знаний в избранной научной области, относящейся к направлению и профилю подготовки, и навыков экспериментально-методической работы и уровня сформированности ряда компетенций.

ВКР предназначена для определения исследовательских умений выпускника, глубины его знаний в избранной научной области, относящейся к направлению и профилю подготовки, навыков экспериментально-методической работы и уровня сформированности ряда компетенций. Содержание ВКР должно соответствовать проблематике дисциплин профессионального цикла в соответствии с ОС РАНХиГС и ОП ВО по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью направленность (профиль) «Реклама и связи с общественностью» (Liberal Arts). В связи с этим при выполнении и защите бакалаврской ВКР обучающиеся должны показать свои способности и навыки, опираясь на полученные углубленные знания, умения и сформированные компетенции, самостоятельно решать на современном уровне задачи соответствующей профессиональной деятельности, профессионально излагать специальную информацию, научно аргументировать и защищать свою точку зрения.

ВКР бакалавра может быть, как прикладного (проект), так и аналитического (исследовательская работа) характера.

ВКР бакалавра аналитического характера представляет собой законченное исследование, в котором анализируется одна из теоретических и (или) практических проблем в области профессиональной деятельности. ВКР должна отражать умение самостоятельно разрабатывать избранную тему и

формулировать соответствующие рекомендации. Бакалаврская работа может основываться на обобщении выполненных выпускником курсовых работ, проектов, полученного опыта и навыков профессиональной деятельности за время прохождения практик и подготавливаться к защите в завершающий период теоретического обучения.

ВКР в виде проекта представляет собой научно обоснованное исследование, позволяющее решать практические задачи, вытекающие из системного анализа выбранной для исследования темы (проблемы) и включающее в себя обязательную проектную часть, которая должна содержать необходимую документацию, составляющую основу проекта.

Рекомендуемый объем ВКР (без учета приложений) составляет – 40-60 страниц.

ВКР по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью направленность (профиль) «Реклама и связи с общественностью» (Liberal Arts) имеет следующую структуру:

- титульный лист (Приложение 5);
- оглавление;
- текст ВКР (введение, основная часть, заключение);
- библиографический список;
- приложения (при наличии).

Титульный лист является первой страницей ВКР, служит источником информации, необходимой для обработки и поиска документа.

Оглавление – перечень основных частей ВКР с указанием страниц, на которых они размещены. Заголовки в оглавлении должны точно повторять заголовки в тексте. Не допускается сокращать заголовки или давать их в другой формулировке. Последнее слово заголовка соединяют отточием с соответствующим ему номером страницы в правом столбце оглавления.

Во **введении** указываются объект, предмет, цель и задачи ВКР, обосновывается ее актуальность, теоретическая и (или) практическая

значимость, определяются методы исследования, дается краткий обзор литературной и (или) информационной базы исследования.

В **основной части** ВКР приводятся данные, отражающие сущность, методику и основные результаты исследования. Основная часть ВКР должна быть разделена на главы и параграфы, которые нумеруют арабскими цифрами. Должна включать не менее двух глав (разделов) (но, как правило, не более четырех), она может быть представлена теоретическим и практическим разделами. Каждую главу ВКР начинают с новой страницы. Заголовки располагают посередине страницы без точки на конце. Перенос слова в заголовке не допускается. Заголовки глав отделяют от последующего текста двумя интервалами. Заголовки параграфов отделяют сверху и снизу двумя интервалами.

Содержательно **главы (разделы)**, как правило, включают в себя:

- анализ истории вопроса и его современного состояния, обзор литературы по исследуемой проблеме, представление различных точек зрения и обоснование позиций студента-автора исследования;
- анализ и классификацию привлекаемого материала на базе избранной студентом методики исследования;
- описание процесса теоретических и (или) экспериментальных исследований, методов исследований, методов расчета, обоснование необходимости проведения экспериментальных работ, принципов действия разработанных объектов, их характеристики;
- обобщение и оценку результатов исследований, включающих оценку полноты решения поставленной задачи и предложения по дальнейшим направлениям работ, оценку достоверности полученных результатов и их сравнение с аналогичными результатами отечественных и зарубежных работ.

В конце каждой главы (раздела) следует обобщить материал в соответствии с целями и задачами, сформулировать выводы и сообщить о достигнутых результатах.

В **заключении** указываются общие результаты ВКР, формулируются обобщенные выводы и предложения, возможные перспективы применения результатов на практике и направления дальнейшего исследования проблемы.

Библиографический список должен включать изученную и использованную в ВКР литературу, все источники, в том числе интернет-источники. Список свидетельствует о степени изученности проблемы, наличии у студента навыков самостоятельной работы с информационной составляющей ВКР.

В **приложения** включаются связанные с выполненной ВКР материалы, которые по каким-либо причинам не могут быть внесены в основную часть: справочные материалы, таблицы, схемы, нормативные документы, образцы документов, инструкции, методики (иные материалы), разработанные в процессе выполнения работы, иллюстрации вспомогательного характера и т.д. Каждое приложение оформляется с новой страницы с указанием в правом верхнем углу номера приложения (например, Приложение 1).

Оформление ВКР

ВКР оформляется на русском языке. Допускается параллельное оформление текста работы или ее части на иностранном языке (английском, немецком, французском и др.) в форме дополнительного приложения.

Готовая ВКР должна быть сброшюрована и переплетена (иметь твердый переплет).

ВКР должна быть оформлена в соответствии с требованиями ГОСТ 9327-60. Работа оформляется в виде текста, подготовленного на персональном компьютере с помощью текстового редактора и отпечатанного на принтере на листах формата А4 с одной стороны. Допускается представлять таблицы и иллюстрации на листах формата А3. Текст на листе должен иметь книжную ориентацию, альбомная ориентация допускается только для таблиц и схем приложений. Основной цвет шрифта – черный.

Требования к набору текста: шрифт Times New Roman, кегль 14, межстрочный интервал 1,5; размеры полей: левое – 30 мм, правое – 10 мм, верхнее – 20 мм, нижнее – 20 мм. Выравнивание текста по ширине. Абзацный отступ должен быть одинаковым по всему тексту и равен пяти знакам (1,25). Для постраничных ссылок используется шрифт Times New Roman, размер кегля 12.

Буквы греческого алфавита, формулы, отдельные условные знаки при необходимости допускается вписывать от руки черной пастой или черной тушью.

Наименования всех структурных элементов ВКР (за исключением приложений) записываются в виде заголовков строчными буквами по центру страницы без подчеркивания (шрифт 14-16 кегль, выделение начертания – полужирный). Точка после заголовка не ставится.

Страницы нумеруются арабскими цифрами с соблюдением сквозной нумерации по всему тексту. Номер страницы проставляется в центре нижней части листа без точки. Титульный лист включается в общую нумерацию страниц. Номер страницы на титульном листе не проставляется (нумерация страниц – автоматическая).

Каждая новая глава начинается с новой страницы; это же правило относится к другим основным структурным частям работы – введению, заключению, списку литературы, приложениям.

Приложения включаются в общую нумерацию страниц. Иллюстрации и таблицы на листе формата А3 учитываются как одна страница.

Главы (разделы) имеют порядковые номера в пределах всей ВКР и обозначаются арабскими цифрами без точки. Номер подраздела состоит из номеров главы (раздела) и подраздела, разделенных точкой. В конце номера подраздела точка не ставится. Разделы основной части дипломной работы следует начинать с нового листа (страницы).

Объем заимствования, в том числе содержательного, в ВКР составляет не более 25 %, объём оригинального текста – не менее 75 %.

Примерные темы ВКР:

1. BTL-реклама как инструмент продвижения компании на примере ООО «Костромское научно-производственное объединение нефтехимического машиностроения»
2. Event-мероприятие как инструмент развития бренда на примере компании «ЗАО «КСК Измайлово»
3. Instagram как канал коммуникации государства с поколением Z и Y
4. Performance-маркетинг, как актуальная модель развития малого бизнеса в Российской Федерации
5. PR-кампания для мероприятий в сфере культуры на примере Международного военно-музыкального фестиваля «Спасская башня»
6. PR-продвижение государственной образовательной организации (на примере..).
7. PR-продвижение клубного event'a и личности диджея
8. PR-продвижение компании в сети интернет на примере «4shins»
9. Анализ деятельности по формированию и поддержанию имиджа футбольного клуба «Лидс Юнайтед»
10. Анализ методов продвижения региональных брендов на федеральный уровень
11. Анализ методов формирования и продвижение туристического кластера на примере города Зеленоградск
12. Анализ рекламы российских рэп-исполнителей в социальных сетях
13. Анализ репрезентации категории FMCG в Интернет-рекламе
14. Аудио-подкастинг как инструмент продвижения бренда в современной России
15. Вербальные и невербальные приемы манипуляции в рекламных текстах
16. Видеооблогинг как форма коммуникации с целевой аудиторией
17. Влияние блогеров- инфлюенсеров на целевую аудиторию (на

примере Вильям Лоусенс)

18. Влияние повседневных практик на продвижение продуктов питания
19. Ивент как инструмент продвижения товара и услуги
20. Ивент как инструмент продвижения товара и услуги на примере компании Janssen
21. Инструменты продвижения молодежных музыкальных фестивалей на примере: «Дикая мята», «Джао Да! Ча» и «Усадьба «Jazz»
22. Интернет-ресурсы компании как инструмент продвижения на примере компании «Coca-Cola»
23. Использование PR-инструментов при формировании и управлении репутацией медийной персоны на примере Юрия Дудя
24. Использование PR-инструментов при формировании и управлении репутацией медийной персоны на примере Ивана Урганта
25. Использование PR-инструментов при формировании и управлении репутацией политика на примере мэра Москвы С.С. Собянина
26. Использование PR-инструментов при формировании и управлении репутацией медийной персоны на примере музыканта Василия Вакуленко
27. Использование кинематографического образа и бренда «Слуга народа» как политическая технология
28. Комьюнити-менеджмент как инструмент продвижения коливингов в Москве
29. Ликвидация в СМИ негативных последствий деятельности компании на примере компании «Сибирь»
30. Медиаобраз МГУ
31. Мероприятия как инструмент развития бренда на примере компании «Пако Рабан»
32. Образ медийной личности в современной рекламе
33. Организация и продвижение мероприятия как способ повышения узнаваемости бренда на примере «Пикник «Афиши»
34. Особенности PR-продвижения нефтегазовых компаний на

российском рынке (на примере бренда Shell)

35. Особенности travel блогеров- инфлуенсеров

36. Особенности и преимущества спецпроектов как инструмента продвижения в СМИ

37. Особенности пиар-продвижения иностранных артистов на российском рынке на примере Antonello Carozza и Sandro Ruetten

38. Особенности продвижения ресторанного бизнеса в социальных сетях на примере ресторана «Долмама»

39. Особенности продвижения товаров на косметическом рынке России

40. Программы лояльности как инструмент привлечения покупателей в сфере туризма

41. Программы лояльности как инструмент привлечения покупателей на косметическом рынке

42. Продвижение в киноиндустрии на примере «РД студия»

43. Продвижение краудфандинговых медиа (на примере портала «Такие дела»)

44. Продвижение креативных кластеров на примере «Городского общественного пространства «Хлебзавод» и Дизайн-завода «Флакон»

45. Продвижение негосударственной организации инструментами рекламы и PR

46. Разработка SMM-кампании (на примере бренда GL Studio)

47. Разработка и проведение рекламной кампании для Газпромбанка в интернете

48. Разработка и рецензия программы продвижения магазина «ZaleSale» в Интернете

49. Разработка коммуникационной компании по продвижению предприятия

50. Разработка концепции туристического бренда территории на примере города Суздаль

51. Разработка мероприятия с целью повышения узнаваемости бренда на

примере автомобильной компании Lexus

52. Разработка программы PR-продвижения бренда «Ninel»

53. Разработка рекламной кампании для предприятия в сфере услуг на примере салона красоты «Sefie Beauty Club»

54. Разработка рекламной кампании для вывода иностранного продукта на российский рынок

55. Реклама как информационный повод в структуре медиа-активности (на примере брендов косметики)

56. Репрезентация войны в современных российских медиа

57. Репрезентация проблемы ВИЧ/СПИД в российских медиа

58. Роль контент-маркетинга в продвижении товара в Интернете на примере продукции Bite компании Biofoodlab

59. Роль корпоративной социальной ответственности в формировании репутации на примере иностранных компаний, работающих на российском рынке

60. Роль корпоративной социальной ответственности в формировании репутации на примере компании Ростелеком

61. Связи с общественностью в органах государственного (муниципального) управления на примере аппарата Комитета по финансовому рынку Государственной Думы

62. «Сексуализация» контента как тренд в коммуникативных практиках

63. Современные медиа как инструмент политического мифопостроения

64. Тенденции интеллектуализации в связях с общественностью по материалам профессиональных СМИ (2010-е годы)

65. Туристический бренд как основа развития региона (на примере города Самары)

66. Управление репутацией бренда с помощью социальных сетей на примере компании Сбербанк

67. Формирование повестки дня в современных медиа

68. Эвенты как инструмент развития бренда на примере компании «Levi's»

69. Эволюция профессиональной деятельности сотрудников российских пиар-агентств (за последние 30 лет)

5. Методические материалы

Методические основы организации и проведения защиты ВКР

Итоги проведенного исследования представляются к процедуре публичной защиты. В процессе защиты обучающимся должны быть использованы современные информационные технологии.

При защите ВКР оценивается сформированность уровня владения компетенциями в соответствии с направлением образования 42.03.01 Реклама и связи с общественностью и образовательной программы «Реклама и связи с общественностью» (Liberal Arts), выраженные через раскрытие актуальности, описание теоретической и практической значимости работы, определении востребованности полученных результатов в выбранной области профессиональной деятельности, через также оценивается умение представлять результаты работы.

Комплексность итоговой оценки за подготовку и защиту ВКР проявляется в том, что комиссия оценивает научность, содержание и логику изложения, соответствие материала заявленной теме и проблеме, представление выпускником результатов своего исследования, грамотность цитирования источников, а также самостоятельность исследовательской работы на протяжении всего периода подготовки, сформированность ключевых компетенций. В работе должно быть предусмотрено раскрытие актуальности исследования, определение объекта, предмета, формулирование цели и задач, определение методов исследования, обоснование диагностического инструментария в соответствии с критериальной базой исследования, анализ эмпирических данных с использованием адекватных

заявленной теме количественных и качественных методов. Выпускная квалификационная работа должна быть написана единолично, иметь внутреннее единство и свидетельствовать о личном вкладе автора в исследование конкретной научной проблемы. Предложенные автором новые решения должны быть строго аргументированы и критически оценены по сравнению с другими известными решениями. Оформление текста выпускной квалификационной работы должно соответствовать предъявляемым требованиям, описанные в п. 3.6. данной Программы ГИА. Совокупность представленных в работе результатов должна свидетельствовать о наличии умений и навыков самостоятельно решать научные задачи, описывать результаты опытно-экспериментальной работы.

6. Материально-техническое и программное обеспечение государственной итоговой аттестации

Для проведения ГИА необходима аудитория с доской (предпочтительно белой маркерной – «whiteboard»), кафедрой для докладчика, достаточным количеством посадочных мест для членов комиссии, секретаря и присутствующих, достаточно хорошо освещенную. Для использования медиаресурсов необходим проектор, экран, компьютер, по возможности – частичное затемнение дневного света.

Для выпускников из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья проведение ГИА происходит в одной аудитории совместно с обучающимися, не являющимися инвалидами, если это не создает трудностей для инвалидов и иных обучающихся при прохождении ГИА; разрешено пользование необходимыми обучающимся инвалидам техническими средствами при прохождении ГИА с учетом их индивидуальных особенностей.