

МИНОБРНАУКИ РОССИИ  
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ  
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«ВОРОНЕЖСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»  
(ФГБОУ ВО «ВГУ»)

Декан факультета журналистики



В.В. Тулупов  
29.06.2020 г.

**ПРОГРАММА  
ГОСУДАРСТВЕННОЙ ИТОГОВОЙ АТТЕСТАЦИИ**

- 1. Код и наименование направления подготовки:** 42.04.01 Реклама и связи с общественностью
- 2. Профиль подготовки:** Реклама и связи с общественностью в СМИ
- 3. Квалификация выпускника:** магистр
- 4. Форма(ы) обучения:** очная
- 5. Утверждена** Ученым советом факультета журналистики (протокол №6 от 26.06.2020)
- 6. Учебный год:** 2022-2023

**7. Цель государственной итоговой аттестации:** определение соответствия результатов освоения обучающимися основной образовательной программы 42.04.01 Реклама и связи с общественностью соответствующим требованиям ФГОС по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденный приказом Минобрнауки от 08.06.2017 № 529.

**8. Место государственной итоговой аттестации в структуре ООП:** Блок Б3, базовая часть

**9. Форма(ы) государственной итоговой аттестации:**

- государственный экзамен;
- защита выпускной квалификационной работы (ВКР).

**10. Планируемые результаты освоения образовательной программы (компетенции выпускников):**

Код	Название
<b>Общекультурные компетенции</b>	
УК-1	Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, выработать стратегию действий
УК-2	Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла
УК-3	Способен организовывать и руководить работой команды, выработывая командную стратегию для достижения поставленной цели
УК-4	Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия
УК-5	Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия
УК-6	УК-6. Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки
<b>Общепрофессиональные компетенции</b>	
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-2	Способен анализировать основные тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах
ОПК-3	Способен анализировать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов
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-5	Способен для принятия профессиональных решений анализировать актуальные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования
ОПК-6	Способен отбирать и внедрять в процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии

ОПК-7.	Способен оценивать и прогнозировать возможные эффекты в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности
<b>Профессиональные компетенции</b>	
ПКВ(о) - 1.	способен организовать работу и руководить подразделением (предприятием) в сфере рекламы и связей с общественностью
ПКВ(о) - 2.	способен осуществлять проектно-аналитическую деятельность с учетом специфики профессиональной сферы
ПКВ-1.	способен проводить научное исследование в сфере рекламы и связей с общественностью
ПКВ-2.	способен применять в профессиональной деятельности комплекс современных технологических решений, технических средств, приемов и методов онлайн и офлайн коммуникаций
ПКВ-3.	Способен управлять информационными ресурсами, организовать работу по созданию и редактированию контента

## **11. Объем государственной итоговой аттестации в зачетных единицах / ак. час. – 9/324:**

- подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена – 3/108;
- подготовка к защите и процедура защиты ВКР – 6/216.

## **12. Государственный экзамен**

### **12.1 Процедура проведения государственного экзамена**

- государственный экзамен проводится по нескольким дисциплинам образовательной программы, результаты освоения которых имеют определяющее значение для профессиональной деятельности выпускников. Государственный экзамен проводится устно в соответствии с Программой ГИА с использованием контрольно-измерительных материалов (далее - КИМ).
- ответственными за разработку КИМов являются куратор ООП, научно-педагогические работники кафедр факультета. Утверждает КИМы председатель ГЭК. Комплекты использованных КИМов хранятся в деканате факультета в течение одного года.
- продолжительность подготовки к ответу на государственном экзамене, проводимом устно, определяется экзаменационной комиссией и не должна превышать более одного часа.
- на государственном экзамене может быть разрешено пользование справочниками и другой учебной, научной, методической литературой, если это предусмотрено Программой ГИА.
- лист ответа обучающегося с указанием даты, подписью обучающегося сдается секретарю и хранится один год.
- по завершении экзамена ГЭК на закрытом совещании подводит итоги и выставляет оценки по шкале: «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно». Оценки «отлично», «хорошо», «удовлетворительно» означают успешное прохождение государственного аттестационного испытания.
- результаты государственного экзамена, проводимого в устной форме, объявляются в день его проведения. Секретарь оформляет протоколы заседания и вносит записи результатов государственного экзамена в зачетные книжки обучающихся и экзаменационные ведомости.

**12.2. Перечень разделов, тем дисциплины (модуля) (дисциплин (модулей)) ООП, обеспечивающих получение профессиональной подготовки выпускника, проверяемой в ходе государственного экзамена:**

Коды компетенций (общекультурных, общепрофессиональных, профессиональных)	Результаты обучения, проверяемые на государственном экзамене	Разделы, темы дисциплины (дисциплин) ООП	Примечание
УК-1	<p>знать: как осуществлять поиск информации</p> <p>уметь: осуществлять критический анализ и синтез информации</p> <p>владеть: навыком применения системного подхода для решения поставленных задач</p>	Б1.В.02 Теория и практика аргументации	
УК-2	<p>знать: как определять круг задач в рамках поставленной цели</p> <p>уметь: выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений</p> <p>владеть: навыком реализации круга задач в рамках поставленной цели</p>	Б1.В.03 Проектный менеджмент в медиасфере	
УК-3	<p>знать: принципы осуществления социального взаимодействия</p> <p>уметь: осуществлять социальное взаимодействие</p> <p>владеть: навыком реализовывать свою роль в команде</p>	Б1.В.05 Современные теории и технологии развития личности	

УК-4	<p>знать: принципы осуществления деловой коммуникации</p> <p>уметь: осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном и иностранном(ых) языке(ах)</p> <p>владеть: навыком осуществления деловой коммуникации в устной и письменной формах на государственном и иностранном(ых) языке(ах)</p>	<p>Б1.О.01 Профессиональное общение на иностранном языке</p> <p>Б1.В.01 Филологическое обеспечение профессиональной деятельности</p>	
УК-5	<p>знать: принципы восприятия межкультурного разнообразия.</p> <p>уметь: воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах</p> <p>владеть: навыком восприятия межкультурного разнообразия общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах</p>	<p>Б1.О.05 Традиции и национальные приоритеты культуры современной России</p>	
УК-6	<p>знать: принципы управления своим временем</p> <p>уметь: управлять своим временем,</p> <p>владеть: навыками выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни</p>	<p>Б1.В.05 Современные теории и технологии развития личности</p> <p>Б1.В.ДВ.01.03 Психолого-педагогическое сопровождение лиц с ограниченными возможностями здоровья</p> <p>Б1.В.ДВ.02.03 Основы конструктивного взаимодействия лиц с ограниченными возможностями здоровья в образовательном процессе</p>	

ОПК-1	<p>знать: особенности всех этапов и принципов производства медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов</p> <p>уметь: управлять процессом подготовки востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) продуктов с учетом изменений норм русского (иностранного) языков и особенностей иных знаковых систем</p> <p>владеть: навыком управления процессом подготовки востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) продуктов с учетом изменений норм русского (иностранного) языков и особенностей иных знаковых систем</p>	Б1.О.06 Язык рекламы и СО	
ОПК-2	<p>знать: принципы выявления причинно-следственных связей в проблемах взаимодействия общественных и государственных институтов</p> <p>уметь: соблюдать принцип беспристрастности и баланс интересов в создаваемых журналистских текстах и (или) продуктах</p> <p>владеть: навыком соблюдения беспристрастности и баланса интересов в создаваемых медиатекстах и (или) продуктах при освещении деятельности общественных и государственных институтов</p>	Б1.О.09 СМИ во взаимоотношениях с государственными структурами и технологии лоббирования	

ОПК-3	<p>знать: этапы и тенденции развития отечественного и мирового культурного процесса</p> <p>уметь: демонстрировать разноплановую эрудицию в сфере отечественной и мировой культуры в создаваемых журналистских текстах и (или) продуктах</p> <p>владеть: навыком демонстрации разноплановой эрудиции в сфере отечественной и мировой культуры в создаваемых журналистских текстах и (или) продуктах</p>	Б1.О.05 Традиции и национальные приоритеты культуры современной России	
ОПК-4	<p>знать: принципы работы с социологическими данными</p> <p>уметь: соотносить социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп</p> <p>владеть: навыками учета основных характеристик целевой аудитории при создании медиапроектов и медиапродуктов</p>	Б1.О.11 Методы конкретно-социологических исследований в массовой коммуникации	

ОПК-5	<p>знать: совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных коммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях</p> <p>уметь: осуществлять свои профессиональные действия с учетом механизмов функционирования системы рекламы и связей с общественностью</p> <p>владеть: навыком осуществления своих профессиональных действий с учетом механизмов функционирования системы рекламы и связей с общественностью</p>	Б1.О.02 Правовое и этическое регулирование в рекламе и связях с общественностью	
ОПК-6	<p>знать: принципы отбора для осуществления профессиональной деятельности необходимого технического оборудования и программного обеспечения</p> <p>уметь: отбирать для осуществления профессиональной деятельности необходимое техническое оборудование и программное обеспечение</p> <p>владеть: навыком эксплуатации современных стационарных и мобильных цифровых устройств на всех этапах создания медиапродукта и медиапроекта</p>	Б1.О.03 Информационная безопасность в медиапроизводстве	



ОПК-7.	<p>знать: цеховые принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности</p> <p>уметь: осуществлять поиск корректных творческих приемов при сборе, обработке и распространении информации</p> <p>владеть: навыками поиска корректных творческих приемов в соответствии с общепринятыми стандартами и правилами профессии специалистов по рекламе и связям с общественностью</p>	Б1.О.08 Корпоративная культура и СМИ	
ПКВ(о)-1.	<p>знать: специфику функционирования предприятий современной коммуникационной индустрии</p> <p>уметь: контролировать и регулировать ход выполнения проектной работы в сфере рекламы и связей с общественностью, выстраивать работу подразделения /предприятия, применять технологии организации коммуникационной работы</p> <p>владеть: принципами организации работы по совершенствованию внешних и внутренних коммуникаций и мероприятия по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры</p>	<p>Б1.О.04 Управление агентством рекламы и СО</p> <p>Б1.В.07 Бизнес-моделирование в СМИ</p> <p>Б1.В.08 Современная пресс-служба организации</p>	

ПКВ(о)-2	<p>знать: основные направления и школы научных исследований в сфере рекламы и связей с общественностью</p> <p>уметь: определять поле исследования, разрабатывать или адаптировать методологию собирать и анализировать информацию, применяя избранную методику, и формулировать полученные результаты</p> <p>владеть: навыками формирования научного текста в соответствии с академическими правилами и форматами</p>	<p>Б1.О.10 Методология и методика медиаисследований</p> <p>Б1.В.04 Разработка и реализация кампаний в рекламе и СО</p> <p>Б1.В.12 Основы научных исследований в профессиональной деятельности</p> <p>Б1.В.ДВ.04.01 Политконсалтинг</p>	
ПКВ(о)-3	<p>знать: возможности интеграции коммуникаций для эффективной реализации коммуникационной стратегии</p> <p>уметь: создавать тексты рекламы и связей с общественностью любого уровня сложности с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта, а также сценарии для специальных событий и мероприятий с учетом специфики коммуникационных задач</p> <p>владеть: навыками выстраивания целевого репутационного образа организации/ компании/ персоны</p>	<p>Б1.О.06 Язык рекламы и СО</p> <p>Б1.О.07 Создание текста в рекламной и PR-коммуникации</p> <p>Б1.В.06 Создание имиджа в СМИ</p> <p>Б1.В.ДВ.01.01 Коммерческая номинация в массовой коммуникации</p> <p>Б1.В.ДВ.03.01 Реклама и СО в Интернете</p> <p>Б1.В.ДВ.01.02 Реклама и СО в печатных изданиях</p>	

ПКВ-1.	<p>знать: принципы регулярного мониторинга тем и проблем информационной повестки дня</p> <p>уметь: формулировать концепцию научного исследования и применять методы качественного и количественного анализа информационного поля, методы работы с открытыми данными и большими объемами информации</p> <p>владеть: приёмами составления практических рекомендаций и прогнозирования тенденций коммуникационной сферы</p>	<p>Б1.В.04 Разработка и реализация кампаний в рекламе и СО</p> <p>Б1.В.07 Бизнес-моделирование в СМИ</p> <p>Б1.В.12 Основы научных исследований в профессиональной деятельности</p>	
ПКВ-2.	<p>знать: современные онлайн и офлайн технологии выстраивания коммуникаций с разными стейкхолдерами (органами государственной власти, финансовым сообществом, медиа, локальными сообществами, потребителями, общественными организациями)</p> <p>уметь: разрабатывать и применять современные инструменты внутренних коммуникаций для формирования корпоративной культуры организации, использовать технические средства и интегрировать современные технологии цифровых коммуникаций для реализации коммуникационного продукта</p> <p>владеть: современными технологиями организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми аудиториями</p>	<p>Б1.В.09 Информационно-коммуникационные технологии рекламы и СО</p>	

ПКВ-3.	<p>знать: инструменты создания коммуникационной стратегии и управления информационным полем, в том числе антикризисными технологиями  уметь: отслеживать, координировать и управлять информационными материалами внутри организации, в СМИ, сети Интернет и других источниках  владеть: навыками планирования и распределения работ по созданию и редактированию контента, осуществлению мониторинга и оценке результатов выполнения работ</p>	<p>Б1.В.06 Создание имиджа в СМИ  Б1.В.08 Современная пресс-служба организации  Б1.В.10 Разработка и продвижение контента  Б1.В.11 Разработка и реализация коммуникационной стратегии  Б1.В.ДВ.01.01 Коммерческая номинация в массовой коммуникации  Б1.В.ДВ.01.02 Социальная и политическая реклама в СМИ  Б1.В.ДВ.02.01 Геймификация в рекламе и СО  Б1.В.ДВ.02.02 Event-маркетинг в СМИ  Б1.В.ДВ.03.01 Реклама и СО в Интернете  Б1.В.ДВ.03.02 Реклама и СО в печатных изданиях  Б1.В.ДВ.04.01 Политконсалтинг  Б1.В.ДВ.04.02 Консалтинг в кризисных ситуациях</p>	
--------	--	---	--

## **12.3 Фонд оценочных средств для проведения государственного экзамена**

### **12.3.1. Контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов освоения образовательной программы, проверяемых в рамках государственного экзамена**

#### **1. Перечень вопросов к экзамену:**

##### Блок №1.

1. Классификация методов научного исследования. Многоуровневая концепция методологического знания
2. Опишите и проиллюстрируйте примерами специфику исследования контента и процессов функционирования информационных систем, обслуживающих социокультурные сферы жизнедеятельности современного общества.
3. Охарактеризуйте методику и конкретные методы исследования новых сфер функционирования массовой информации (на примере специализированных, тематических СМИ, сетевых СМИ, блогосферы, онлайн-версий традиционных СМИ).
4. Охарактеризуйте и продемонстрируйте на конкретном примере структуру традиционного текста в рекламной и СО-коммуникации.
5. Обозначьте этапы разработки коммуникационного проекта (на конкретном примере).
6. Определите механизмы управления коммуникационным проектом в условиях конфликтной/кризисной ситуации (на конкретном примере).
7. Опишите творческие приёмы создания эффективных рекламных и СО-текстов.
8. Определите термин «геймификация» и выявите его специфику в b2c, b2p и b2b-коммуникациях.
9. Опишите существующие модели политического консалтинга (уделите особое внимание отечественному опыту).
10. Основные функции политической рекламы.
11. Правовые нормы и этические принципы профессиональной деятельности консультанта
12. Кризисное консультирование в политической и экономической сферах.
13. Представьте основные виды внутрикорпоративной коммуникации. Сопроводите свой ответ примерами.
14. Словесный товарный знак как вид коммерческого названия. Функционирование товарного знака.
15. Охарактеризуйте основные элементы типовой структуры рекламного агентства.
16. Охарактеризуйте стратегии поведения в конфликте и кризисной ситуации. Сопроводите свой ответ примерами.

##### Блок № 2

1. Состояние рынка социальной рекламы в современной России.
2. История и виды политической рекламы.
3. Коммуникационная стратегия: понятие и основные этапы создания.
4. Принципы формирования эффективной коммуникационной стратегии.
5. Антикризисная коммуникационная стратегия: требования к формированию и основные ограничения.
6. Контент-маркетинг: основные задачи и принципы деятельности.
7. Контент: понятие, основные виды и требования к эффективной структуре контента.
8. Распространение и продвижение контента: социальные сети, мессенджеры, блоги,

рассылки (на примере одного онлайн-ресурса).

9. Работа с репутацией и комьюнити- менеджмент.

10. Типы и виды рекламных кампаний.

11. Основные виды интернет- рекламы.

12. Поисковая оптимизация. SEO-копирайтинг.

13. Разработка и реализация кампании в Интернете. Анализ результатов рекламных и СО-кампаний в Интернете. Метрики.

14. Что может быть субъектом, объектом и предметом лоббизма?

15. В чём отличие прямого лоббизма от косвенного? Приведите примеры.

16. Проанализируйте особенности использования рекламных и PR-технологий на примере выбранной сферы деятельности.

Блок №3.

Проанализировать предложенные кейсы на предмет соответствия контента и стратегии продвижения бизнес-задачам, выделить конкурентные преимущества и недостатки присутствия бренда/компании на конкретной онлайн- или офлайн- платформе, сформулировать собственные рекомендации.

### 12.3.2. Пример КИМ

МИНОБРНАУКИ РОССИИ  
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ  
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«ВОРОНЕЖСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»  
(ФГБОУ ВО «ВГУ»)

УТВЕРЖДАЮ  
председатель ГЭК

\_\_\_\_\_  
*подпись, расшифровка подписи*

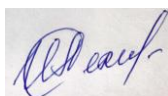
\_\_\_\_.\_\_\_\_.20\_\_\_\_

Направление подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью

#### Контрольно-измерительный материал № 1

1. Классификация методов научного исследования. Многоуровневая концепция методологического знания
2. Состояние рынка социальной рекламы в современной России
3. Практическое задание

Куратор ООП



Подпись

Щекина И.А.

расшифровка подписи

### 12.3.3. Критерии и шкала оценивания результатов сдачи государственного экзамена

Для оценивания результатов обучения на государственном экзамене используется шкала: «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

Показатели	Критерии и шкала оценивания			
	«Отлично»	«Хорошо»	«Удовлетворительно»	«Неудовлетворительно»
1. владение содержанием учебного материала и понятийным аппаратом изучаемой научной отрасли; 2. умение связывать теорию с практикой; 3. умение иллюстрировать ответ примерами, фактами реальной жизни, данными научных исследований, в том числе собственных, итогами прохождения практик; 4. умение устанавливать межпредметные связи; 5. умение обосновывать и самостоятельно формулировать выводы; 6. умение обосновывать свои суждения и профессиональную позицию по излагаемому вопросу; 7. способность самостоятельно находить решения/решать задачи в сфере профессиональной деятельности.	Полное соответствие ответа обучающегося всем семи перечисленным показателям. Компетенции сформированы полностью, проявляются и используются систематически, в полном объеме.	Ответ обучающегося не соответствует одному (двум) из перечисленных показателей. Компетенции в целом сформированы, но проявляются и используются фрагментарно, не в полном объеме, что выражается в отдельных неточностях (несущественных ошибках) при ответе. Однако допущенные ошибки исправляются самим обучающимся после дополнительных вопросов экзаменатора.	Ответ обучающегося не соответствует любым двум(трем) из перечисленных показателей. Компетенции сформированы в общих чертах, проявляются и используются ситуативно, частично, что выражается в допускаемых неточностях и существенных ошибках при ответе, нарушении логики изложения, неумении аргументировать и обосновывать суждения и профессиональную позицию. Данный уровень обязателен для всех осваивающих основную образовательную программу.	Ответ обучающегося не соответствует любым трем (четырем) из перечисленных показателей. Компетенции не сформированы, что выражается в разрозненных, бессистемных, отрывочных знаниях, допускаемых грубых профессиональных ошибках, неумении выделять главное и второстепенное, связывать теорию с практикой, устанавливать межпредметные связи, формулировать выводы по ответу, отсутствии собственной профессиональной позиции.

Соотношение шкалы оценивания результатов обучения на государственном экзамене и уровня подготовленности обучающегося к решению профессиональных задач:

Шкала оценивания	Характеристика уровня подготовленности обучающегося к решению профессиональных задач
«Отлично»	Высокий уровень — обучающийся полностью подготовлен к самостоятельной прикладной деятельности, владеет понятийным аппаратом, умеет обосновывать свои суждения и профессиональную позицию при решении ситуационных профессиональных задач.
«Хорошо»	Повышенный (продвинутый, достаточный) уровень — обучающийся в целом подготовлен к решению профессиональных задач в рамках прикладного вида деятельности, способен успешно применять данный вид деятельности в стандартных ситуациях, не в полной мере проявляя самостоятельность.
«Удовлетворительно»	Пороговый (базовый, допустимый) — обучающийся подготовлен к самостоятельной прикладной деятельности частично, вследствие слабой сформированности компетенций, их фрагментарного и ситуативного проявления, требует помощи при выполнении профессиональных задач. Данный уровень обязателен для всех осваивающих основную образовательную программу.
«Неудовлетворительно»	Недопустимый уровень — обучающийся не способен к самостоятельной прикладной деятельности вследствие несформированности у него компетенций, влекущей за собой грубые профессиональные ошибки.

#### 12.3.4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания:

В каждый КИМ включаются два вопроса: первый – из первого блока, второй – из второго блока, третий – практическое задание.

За правильный ответ на вопрос из первого блока дается 30 баллов.

За правильный ответ на вопрос второго блока дается 30 баллов.

Успешное выполнение практического задания оценивается в 40 баллов.

Подведение итогов: для перевода баллов в традиционную шкалу оценивания используются следующие критерии:

менее 40 баллов – «неудовлетворительно»,

40-60 баллов – «удовлетворительно»,

61-80 баллов – «хорошо»,

81-100 баллов – «отлично».

#### 12.4. Перечень учебной литературы, ресурсов сети «Интернет», необходимых для подготовки к сдаче государственного экзамена

а) основная литература:

№ п/п	Источник
1	Реклама и связи с общественностью: Теория и практика/ под ред. Тулупова В.В. – Воронеж : Издательский дом ВГУ, 2015. – С.249-260.
2	Связи с общественностью : базовые понятия : учеб. пособие / под ред. В. В. Тулупова и Ю. Л. Полевого. - Воронеж : Кварта, 2003. - 318 с.
3	Связи с общественностью: теория и практика: учебное пособие / [А.Е. Богоявленский и др.]; АНО "Ин-т полит. анализа и стратегий"; Воронеж. гос. ун-т, Фак. журналистики; под ред. В.В. Тулупова, Е.Е. Топильской. – Воронеж: Кварта, 2010. – 327 с.
4	Управление проектами : фундаментальный курс : [учебник для студ. бакалавриата и



	магистратуры вузов, обуч. по направлению подгот. "Менеджмент" / [А.В. Алешин и др.] ; под ред. В.М. Аньшина, О.Н. Ильиной .— Москва : Издательский дом Высшей школы экономики, 2013 .— 619 с.
5	Шарков Ф. И. Коммуникология : коммуникационный консалтинг: учебное пособие/ Ф.И. Шарков. - М.: Дашков и Ко, Альтехсофт «Издательство Шаркова», 2013, - 407 с. - ISBN: 978-5-394-01969-2. - <URL: <a href="http://biblioclub.ru/index.php?page=book_view&amp;book_id=255817">http://biblioclub.ru/index.php?page=book_view&amp;book_id=255817</a> >

б) дополнительная литература:

№ п/п	Источник
6	Горчева, Алла Юрьевна. Политический менеджмент постсоветской России / А.Ю. Горчева ; Моск. гос. ун-т им. М.В. Ломоносова, Фак. журналистики .— М. : Изд-во Моск. ун-та, 2003 .— 189, [2] с. — Библиогр. в примеч.: с. 188-[190] .— ISBN 5-211-04808-3.
7	Коммуникационный менеджмент : учеб. пособие / под ред. В. М. Шепель. - М. : Гардарики, 2004. - 350 с.
8	Осоюну, Ю.В. Реализация государственных интересов в сфере социальной рекламы: конституционно-правовые основы / Ю.В. Осоюну ; под ред. Ю.И. Скуратова .— Воронеж : Науч. книга, 2005 .—
9	Персикова Т. Н. П26 Корпоративная культура : учебник / Т. Н. Персикова. – М. : Логос, 2011. – 285 с.
10	Политические коммуникации : учебное пособие при подготовке специалистов по направлению "Политология" / под ред. А.И. Соловьева .— М. : Аспект Пресс, 2004 .— 331, [1] с. — Библиогр. в конце гл., в примеч. — ISBN 5-7567-0361-6.
11	Пономарев Н.Ф. Коммуникационный менеджмент и корпоративная культура: учебн. пособие/ Н.Ф. Пономарев. – Пермь, ПГУ, 2008.
12	Почепцов Г.Г. Коммуникативные технологии двадцатого века / Г. Г. Почепцов. – М.: Рефл-бук ; Киев : Ваклер, 2000. – 352 с.
13	Умаров, М. PR в реальном времени: Тренды. Кейсы. Правила / М. Умаров ; под ред. А. Черниковой. - М. : Альпина Паблишер, 2016. - 230 с. : ил. - ISBN 978-5-9614-5746-9 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <a href="http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=443019">http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=443019</a> (19.01.2017).
14	Федотова Л.И. Реклама и связи с общественностью. – Москва, 2016.
15	Шарков Ф.И. Консалтинг в связях с общественностью : учебник / Ф.И.Шарков. – М. : Экзамен, 2005. – 416 с.

в) информационные электронно-образовательные ресурсы (официальные ресурсы интернет)

№ п/п	Ресурс
16	БС «Издательства «Лань» Свидетельство о регистрации средства массовой информации Эл № ФС77-42547 от 03 ноября 2010 г. <a href="http://www.e.lanbook.com">http://www.e.lanbook.com</a>
17	Национальный цифровой ресурс «РУКОНТ» Свидетельство о регистрации средства массовой информации Эл.№ФС77-43173 от 23.12.2010 Договор №ДС-208 от 01.02.2018 (срок действия с 01.02.2018 по 31.01.2021) <a href="http://rucont.ru/">http://rucont.ru/</a>
18	ЭБС «Консультант студента»
19	ЭБС «Университетская библиотека online»
20	ЭБС ЮРАЙТ
21	ЭБС IPRbooks
22	Зональная научная библиотека ВГУ - <a href="http://www.lib.vsu.ru/">http://www.lib.vsu.ru/</a>
23	Образовательный портал ВГУ- <a href="http://www.moodle.vsu.ru">http://www.moodle.vsu.ru</a>

**12.5. Информационные технологии, используемые для подготовки к сдаче государственного экзамена, включая программное обеспечение и информационно-справочные системы**

**12.6. Материально-техническое обеспечение:**

Аудитория: мультимедиа-проектор BenQ MX511, ПК, экран настенный CS 244\*244

**13 Требования к ВКР**

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

ВКР выполняется в соответствии с требованиями ФГОС по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью (магистратура) и является заключительным этапом проведения ГИА. ВКР выполняется в форме магистерской диссертации, представляет собой законченное научное исследование одной из общих или частных проблем фундаментальных или специальных дисциплин, представляемое автором для публичной защиты.

Тематика зависит от характера ВКР. По направлению подготовки 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью» выпускник совместно с научным руководителем может выбрать ВКР прикладного либо исследовательского характера. В первом случае работа должна быть выполнена на материале собственной профессиональной деятельности выпускника, во втором – на материале деятельности конкретных средств массовой информации и / или иных субъектов коммуникационной деятельности (агентств, пресс-служб, отделов маркетинга и т.п.). Тема ВКР отражает актуальную научную и / или прикладную проблему.

Выбор темы ВКР и руководителя обучающийся оформляет до 1 октября в форме письменного заявления. Заявления обучающихся рассматриваются на заседании кафедры с целью уточнения и возможной корректировки формулировок тем ВКР. Итогом обсуждения является принятие кафедрой решения рекомендовать ученому совету факультета журналистики утвердить темы ВКР с учетом сделанных замечаний и предложений. Выписка из соответствующего заседания кафедры представляется в Ученый совет факультета, который на своем октябрьском заседании утверждает окончательные формулировки тем ВКР и назначает руководителей. Решение Ученого совета оформляется распоряжением декана по факультету.

### **Этапы работы над ВКР**

Руководитель перед началом выполнения ВКР выдает задание обучающемуся (нескольким обучающимся, выполняющим ВКР совместно), разрабатывает совместно с ним (ними) календарный график выполнения ВКР, рекомендует ему(им) необходимую литературу, справочные материалы. При назначении обучающемуся задания на ВКР рекомендуется отдавать предпочтение темам, сформулированным представителями организаций и предприятий, соответствующих направленности образовательной программы, и представляющим собой реальную и актуальную производственную (научно-исследовательскую) задачу.

Требования к оформлению ВКР определяются факультетом с учетом требований инструкции И ВГУ 2.1.13 - 2016.

Работа над ВКР включает работу над главами и/или создание авторского продукта (в случае творческой ВКР).

Готовность ВКР к защите определяется решением заседания кафедры не позднее, чем за 2 недели до установленной даты защиты.

Подготовленная ВКР обязательно должна быть проверена на объём заимствования, в том числе содержательного, выявления неправомерных заимствований. Минимальный процент оригинальности ВКР – 60%.

ВКР подлежат размещению на образовательном портале «Электронный университет ВГУ» ([www.moodle.vsu.ru](http://www.moodle.vsu.ru)), за исключением текстов ВКР, содержащих сведения, составляющие государственную тайну, до ее защиты. Обучающийся самостоятельно размещает файлы с текстом ВКР в формате PDF.

Ответственность за проверку наличия ВКР на образовательном портале «Электронный университет» несет заведующий выпускающей кафедры.

Доступ лиц к текстам ВКР должен быть обеспечен в соответствии с законодательством Российской Федерации, с учетом изъятия по решению правообладателя производственных, технических, экономических, организационных и других сведений, в том числе о результатах интеллектуальной деятельности в научно-технической сфере, о способах осуществления профессиональной деятельности, которые имеют действительную или потенциальную коммерческую ценность в силу неизвестности их третьим лицам.

После завершения подготовки обучающимся выпускной квалификационной работы руководитель ВКР оформляет письменный отзыв о работе обучающегося в период подготовки выпускной квалификационной работы (далее - отзыв). В случае выполнения ВКР несколькими обучающимися совместно руководитель представляет отзыв об их совместной работе в период подготовки ВКР.

ВКР по программам магистратуры подлежат рецензированию в обязательном порядке.

Для проведения рецензирования ВКР направляется одному или нескольким рецензентам из числа лиц, не являющихся работниками кафедры, на которой выполнена ВКР, либо организации, в которой выполнена ВКР. Рецензент проводит анализ ВКР и представляет письменную рецензию (далее - рецензия). Если ВКР имеет междисциплинарный характер, она направляется нескольким рецензентам.

Обучающийся должен быть ознакомлен с отзывом и рецензией (рецензиями) не позднее чем за 5 календарных дней до дня защиты ВКР.

ВКР, отзыв руководителя и рецензия передаются секретарю ГЭК не позднее чем за 2 календарных дня до дня защиты ВКР.

### **13.2. Примерный перечень тем ВКР**

Тематика ВКР зависит от ее характера. Выпускник может выбрать по собственному усмотрению ВКР творческого или исследовательского характера. В первом случае работа должна быть выполнена на материале собственной профессиональной деятельности выпускника, во втором – на материале деятельности конкретных средств массовой информации и/или журналистов.

Тематика ВКР соответствует магистерским программам подготовки обучающихся по направлению 42.04.01 Реклама и связи с общественностью. Темы ВКР магистрантов программы «Реклама и связи с общественностью в СМИ» преимущественно связаны с деятельностью СМИ. Например, «Правовой аспект деятельности корпоративного телевидения» или «Художественные приемы создания образа персонажа в видеорекламе» или «Контент-стратегия маркетинга в социальных сетях» и т.д. Предлагаются примерные темы, которые могут корректироваться выпускником по согласованию с научным руководителем и выпускающей кафедрой. Выпускник может предложить собственную тему. Тема ВКР должна отражать актуальную научную и/или прикладную проблему.

### **13.3. Структура ВКР**

Структура ВКР исследовательского характера соответствует стандартной структуре научно-исследовательской работы. Текст ВКР включает введение, основную часть, заключение, список литературы и приложения. Во введении обосновываются актуальность выбранной темы, цель и задачи ВКР, объект и предмет исследования, методы и приемы анализа фактического материала, степень разработанности темы, теоретическая и эмпирическая база

исследования, структура работы, выдвигаются гипотеза исследования и/или положения, выносимые на защиту. В основной части излагается ход исследования. Основная часть делится на главы и параграфы. В заключении обобщаются основные положения и выводы ВКР. Список литературы должен содержать не менее 50 наименований. Примерный объем работы – 70-90 стандартных страниц печатного текста. Приложения не учитываются при определении объема.

Структура ВКР профессионально-творческого характера в целом подобна структуре ВКР исследовательского характера, но имеет некоторые особенности. В связи с тем, что автор демонстрирует и анализирует собственный опыт работы, ценный сам по себе, обязательный объем текста ВКР без учета представленных выпускником результатов практической деятельности составляет 60-70 стандартных страниц печатного текста. Основная часть работы включает не только краткое описание теоретических основ выбранной автором темы, но и в первую очередь анализ представленных образцов практической деятельности выпускника в сфере рекламы и / или связей с общественностью.

**13.4. Результаты обучения, характеризующие готовность выпускника к профессиональной деятельности, проверяемые на защите ВКР:**

Коды компетенций (общекультурных, общепрофессиональных, профессиональных)	Результаты обучения	Примечание
УК-1	УК-1.1. Разрабатывает и содержательно аргументирует стратегию практического решения проблемной ситуации на основе системного и междисциплинарного подходов; УК-1.2. Логично и аргументированно формирует собственные суждения и оценки. Отличает факты от мнений, интерпретаций, оценок в рассуждениях других участников деятельности	

ПКВ(о)-1.	<p>ПКВ(о)-1.1. Выполняет функционал руководителя линейного/функционального подразделения отдела по рекламе и (или) связям с общественностью организации или коммуникационного/ рекламного/ PR-агентства</p> <p>ПКВ(о)-1.2. Организует работу по совершенствованию внешних и внутренних коммуникаций и мероприятия по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры</p> <p>ПКВ(о)-1.3. Контролирует и регулирует ход выполнения проектной работы в сфере рекламы и связей с общественностью</p> <p>ПКВ(о)-1.4. На основании знания специфики функционирования предприятий современной коммуникационной индустрии выстраивает работу подразделения /предприятия, применяет технологии организации коммуникационной работы</p>	
-----------	--	--

### 13.5 Процедура защиты ВКР и методические рекомендации для студента

Процедура защиты каждого обучающегося предусматривает:

- открытие заседания ГЭК (председатель);
- оглашение темы ВКР и ее руководителя;
- доклад магистранта по итогам работы с акцентом на собственное исследование и полученные в нем результаты;
- вопросы защищающемуся и его ответы на них; отзыв руководителя;
- рецензия на ВКР (при наличии замечаний рецензента – ответы на них защищающегося);
- дискуссия по ВКР;
- заключительное слово защищающегося.

По окончании запланированных защит ВКР ГЭК проводит закрытое совещание, на котором определяются оценки по шкале «отлично», «хорошо», «удовлетворительно» и «неудовлетворительно». Оценки «отлично», «хорошо», «удовлетворительно» означают успешное прохождение государственного аттестационного испытания.

Результаты защиты ВКР объявляются обучающимся в тот же день после оформления протоколов заседания ГЭК в установленном порядке и вносятся в зачетные книжки и ведомости. Оценка «неудовлетворительно» вносится только в ведомость.

По результатам ГИА выпускников ГЭК по защите ВКР принимает решение о присвоении им квалификации по направлению Реклама и связи с общественностью (квалификация «магистр») и выдаче диплома о высшем образовании. Решение принимается на закрытом заседании простым большинством голосов членов комиссии, участвовавших в заседании. При равном числе голосов председатель ГЭК имеет право решающего голоса. Решение заносится в протокол заседания ГЭК.

Каждое заседание ГЭК завершается оглашением итогов работы – сообщением председателя ГЭК об оценках ВКР и о присвоении квалификации, рекомендаций к внедрению результатов ВКР в учебный процесс, в производство и т.д., рекомендаций к опубликованию. Эта часть заседания ГЭК является открытой.

Если обучающийся получил оценку «неудовлетворительно» при защите ВКР, то он отчисляется из Университета с правом повторной защиты. Повторная защита допускается не более двух раз, причем не ранее чем через один год и не более чем через пять лет после прохождения ГИА впервые.

Повторная защита ВКР с целью повышения полученной оценки не допускается.

Обучающимся, не защищавшим ВКР по уважительной причине (временная нетрудоспособность, исполнение общественных или государственных обязанностей, вызов в суд, транспортные проблемы (отмена рейса, отсутствие билетов), погодные условия или в других случаях), предоставляется возможность пройти итоговые аттестационные испытания без отчисления из Университета в течение 6 месяцев после завершения ГИА. Обучающийся должен представить в Университет документ, подтверждающий уважительную причину его отсутствия на защите ВКР. Перенос защиты ВКР на другой срок оформляется приказом ректора.

Дополнительные заседания ГЭК организуются в установленные ВГУ сроки, но не позднее четырех месяцев после подачи заявления лицом, не защищавшим ВКР по уважительной причине.

Непосредственно после защиты твердые копии ВКР передаются на хранение выпускающей кафедре. Срок хранения ВКР – 5 лет. По истечении срока хранения работы могут быть переданы авторам, оставлены на выпускающей кафедре или утилизированы в установленном порядке. Электронные версии ВКР хранятся на кафедре в виде файлов в формате MS Word или PDF, записанных на электронный носитель, на образовательном портале «Электронный университет ВГУ».

## **13.6. Фонд оценочных средств для защиты ВКР**

### **13.6.1. Примерный перечень вопросов на защите ВКР**

1. Чем определяется актуальность исследования?
2. В чем заключается новизна исследования?
3. Какова степень изученности вопроса?
4. Каковы цель и задачи исследования?
5. Что составляет эмпирическую базу исследования?
6. Каковы основные результаты исследования?
7. Как результаты исследования могут быть применены в практической деятельности?
8. Какова теоретическая значимость ВКР?

9. Прошли ли апробацию основные положения ВКР?

### 13.6.2. Критерии и шкала оценивания результатов ВКР

Критерии и шкала оценивания ВКР представлены в таблице:

Критерии оценивания	Шкала оценивания, баллы
Актуальность, практическая и теоретическая значимость работы	<p>2 – в ВКР полно и аргументировано представлена актуальность исследования, раскрыта степень изученности темы, сформулированы цель, задачи, объект, предмет, методы исследования, обоснованы практическая и теоретическая значимость работы;</p> <p>1– в ВКР отражена актуальность исследования, отчасти раскрыта степень изученности темы, недостаточно полно обоснованы практическая и теоретическая значимость работы, имеются некоторые неточности при формулировке цели и задач, объекта и предмета, методов исследования;</p> <p>0 – в ВКР слабо отражена актуальность исследования и степень изученности темы, отсутствует обоснование теоретической и практической значимости темы исследования, неверно цель, задачи, объект, предмет, методы исследования</p>
Структурированность работы	<p>2 – ВКР хорошо структурирована, изложение логично, доказательно, соответствует научному стилю;</p> <p>1– ВКР имеет некоторые структурные недостатки, есть отклонения в логике изложения и стиле;</p> <p>0 – ВКР плохо структурирована, изложение материала не соответствует научному стилю, нелогично</p>
Глубина анализа полученных в ходе исследования результатов	<p>2– ВКР отличается глубиной анализа, широким обзором научных источников (не менее 50), в т.ч. зарубежных, умением критически оценивать материал;</p> <p>1 – анализ материала, проведенный в рамках ВКР, является недостаточно глубоким и критическим, в работе использовано от 30 до 49 первоисточников;</p> <p>0 – анализ материала, проведенный в рамках ВКР, является неглубоким и не критическим, в работе использовано менее 30 первоисточников</p>
Стиль и логика изложения	<p>2– изложение ВКР логично, доказательно, соответствует научному стилю;</p> <p>1 – в ВКР есть отклонения в логике изложения и стиле;</p> <p>0 – в ВКР материал изложен нелогично, не научным языком</p>
Соответствие между целями, содержанием и результатами работы	<p>2 – цель ВКР полностью достигнута, содержание и результаты работы отражают пути и методы ее достижения;</p> <p>1 – цель ВКР в основном достигнута, но содержание и результаты работы отражают пути и методы ее достижения лишь отчасти;</p> <p>0 – цель ВКР достигнута не полностью, содержание и результаты работы не отражают пути и методы ее достижения</p>
Качество представления доклада на защите и уровень ответов на вопросы	<p>2 – во время защиты студент продемонстрировал глубокие знания по теме выпускной работы, наглядно и полно представил ВКР, исчерпывающе ответил на вопросы членов комиссии;</p> <p>1 – во время защиты студент продемонстрировал</p>

	<p>недостаточно глубокие знания по теме выпускной работы, при представлении работы был частично привязан к конспекту доклада;</p> <p>0 – во время защиты студент продемонстрировал слабые знания по теме выпускной работы, не ответил на большинство вопросов членов комиссии, был полностью привязан к конспекту доклада.</p>
--	--

Для оценивания результатов защиты выпускной квалификационной работы используется шкала: «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

Соотношение шкалы оценивания результатов защиты выпускной квалификационной работы и уровня подготовленности обучающегося к решению профессиональных задач:

Шкала оценок	Характеристика уровня подготовленности обучающегося к решению профессиональных задач
Отлично	Высокий уровень — обучающийся полностью подготовлен к самостоятельной прикладной деятельности, способен разрабатывать новые методические подходы, проводить исследования на высоком уровне и критически оценивать полученные результаты.
Хорошо	Повышенный (продвинутый, достаточный) уровень — обучающийся в целом подготовлен к решению профессиональных задач в рамках научно-исследовательского вида деятельности, способен успешно применять данный вид деятельности в стандартных ситуациях, не в полной мере проявляя самостоятельность и творческий подход.
Удовлетворительно	Пороговый (базовый, допустимый) — обучающийся подготовлен к самостоятельной научно-исследовательской деятельности частично, фрагментарное и ситуативное проявление требует помощи при выполнении заданий.
Неудовлетворительно	Недопустимый уровень — обучающийся не способен к самостоятельной научно-исследовательской деятельности, допускает грубые профессиональные ошибки.

### 13.6.3. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания:

По всем критериям каждый член ГЭК выставляет баллы, которые в дальнейшем суммируются.

Подведение итогов: для перевода баллов в традиционную шкалу оценивания можно использовать следующие критерии:

менее 4 баллов – «неудовлетворительно»,

4-6 баллов – «удовлетворительно»,

7-9 баллов – «хорошо»,

10-12 баллов – «отлично».

Итоговая оценка определяется как средняя арифметическая всех индивидуальных оценок членов ГЭК.

В спорном случае решающий голос имеет председатель комиссии.

### 13.7. Перечень учебной литературы, ресурсов сети «Интернет», необходимых для подготовки к защите и процедуры защиты ВКР

а) основная литература:

№ п/п	Источник
1	Реклама и связи с общественностью: Теория и практика/ под ред. Тулупова В.В. – Воронеж : Издательский дом ВГУ, 2015. – С.249-260.



2	Связи с общественностью : базовые понятия : учеб. пособие / под ред. В. В. Тулупова и Ю. Л. Полевого. - Воронеж : Кварта, 2003. - 318 с.
3	Связи с общественностью: теория и практика: учебное пособие / [А.Е. Богоявленский и др.]; АНО "Ин-т полит. анализа и стратегий"; Воронеж. гос. ун-т, Фак. журналистики; под ред. В.В. Тулупова, Е.Е. Топильской. – Воронеж: Кварта, 2010. – 327 с.
4	Управление проектами : фундаментальный курс : [учебник для студ. бакалавриата и магистратуры вузов, обуч. по направлению подгот. "Менеджмент"] / [А.В. Алешин и др.] ; под ред. В.М. Аньшина, О.Н. Ильиной .— Москва : Издательский дом Высшей школы экономики, 2013 .— 619 с.
5	Шарков Ф. И. Коммуникология : коммуникационный консалтинг: учебное пособие/ Ф.И. Шарков. - М.: Дашков и Ко, Альтехсофт «Издательство Шаркова», 2013, - 407 с. - ISBN: 978-5-394-01969-2. - <URL: <a href="http://biblioclub.ru/index.php?page=book_view&amp;book_id=255817">http://biblioclub.ru/index.php?page=book_view&amp;book_id=255817</a> >

б) дополнительная литература:

№ п/п	Источник
6	Горчева, Алла Юрьевна. Политический менеджмент постсоветской России / А.Ю. Горчева ; Моск. гос. ун-т им. М.В. Ломоносова, Фак. журналистики .— М. : Изд-во Моск. ун-та, 2003 .— 189, [2] с. — Библиогр. в примеч.: с. 188-[190] .— ISBN 5-211-04808-3.
7	Коммуникационный менеджмент : учеб. пособие / под ред. В. М. Шепель. - М. : Гардарики, 2004. - 350 с.
8	Осояну, Ю.В. Реализация государственных интересов в сфере социальной рекламы: конституционно-правовые основы / Ю.В. Осояну ; под ред. Ю.И. Скуратова .— Воронеж : Науч. книга, 2005 .—
9	Персикова Т. Н. П26 Корпоративная культура : учебник / Т. Н. Персикова. – М. : Логос, 2011. – 285 с.
10	Политические коммуникации : учебное пособие при подготовке специалистов по направлению "Политология" / под ред. А.И. Соловьева .— М. : Аспект Пресс, 2004 .— 331, [1] с. — Библиогр. в конце гл., в примеч. — ISBN 5-7567-0361-6.
11	Пономарев Н.Ф. Коммуникационный менеджмент и корпоративная культура: учебн. пособие/ Н.Ф. Пономарев. – Пермь, ПГУ, 2008.
12	Почепцов Г.Г. Коммуникативные технологии двадцатого века / Г. Г. Почепцов. – М.: Рефл-бук ; Киев : Ваклер, 2000. – 352 с.
13	Умаров, М. PR в реальном времени: Тренды. Кейсы. Правила / М. Умаров ; под ред. А. Черниковой. - М. : Альпина Паблишер, 2016. - 230 с. : ил. - ISBN 978-5-9614-5746-9 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <a href="http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=443019">http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=443019</a> (19.01.2017).
14	Федотова Л.И. Реклама и связи с общественностью. – Москва, 2016.
15	Шарков Ф.И. Консалтинг в связях с общественностью : учебник / Ф.И.Шарков. – М. : Экзамен, 2005. – 416 с.

в) информационные электронно-образовательные ресурсы (официальные ресурсы интернет)

№ п/п	Ресурс
16	БС «Издательства «Лань» Свидетельство о регистрации средства массовой информации Эл № ФС77-42547 от 03 ноября 2010 г. <a href="http://www.e.lanbook.com">http://www.e.lanbook.com</a>
17	Национальный цифровой ресурс «РУКОНТ» Свидетельство о регистрации средства массовой информации Эл.№ФС77-43173 от 23.12.2010 Договор №ДС-208 от 01.02.2018 (срок действия с 01.02.2018 по 31.01.2021) <a href="http://rucont.ru/">http://rucont.ru/</a>
18	ЭБС «Консультант студента»
19	ЭБС «Университетская библиотека online»
20	ЭБС ЮРАЙТ
21	ЭБС IPRbooks
22	Зональная научная библиотека ВГУ - <a href="http://www.lib.vsu.ru/">http://www.lib.vsu.ru/</a>
23	Образовательный портал ВГУ- <a href="http://www.moodle.vsu.ru">http://www.moodle.vsu.ru</a>

Обучающийся дополнительно использует литературу, соответствующую тематике ВКР.

**13.8. Информационные технологии, используемые для подготовки к защите и процедуры защиты ВКР, включая программное обеспечение и информационно-справочные системы (при необходимости)**

**13.9. Материально-техническое обеспечение:**

Аудитория: мультимедиа-проектор BenQ MX511, ПК, экран настенный CS 244\*244