

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

УТВЕРЖДАЮ

Декан факультета
журналистики



В.В. Тулупов

22.06.2018 г.

**ПРОГРАММА
ГОСУДАРСТВЕННОЙ ИТОГОВОЙ АТТЕСТАЦИИ**

1. Код и наименование направления подготовки/специальности:
42.03.01 Реклама и связи с общественностью
2. Профиль подготовки: Связи с общественностью в СМИ
3. Квалификация выпускника: бакалавр
4. Формы обучения: очная; заочная
5. Рекомендована Ученым советом факультета журналистики
(протокол № 6 от 21.06.2018)
6. Учебный год: 2019-2020, ОДО ГНП 2016
2020-2021, ОДО ГНП 2017

7. Цель государственной итоговой аттестации: определение соответствия результатов освоения обучающимися основной образовательной программы 42.03.01 Реклама и связи с общественностью соответствующим требованиям ФГОС по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденного приказом Министерства образования и науки РФ от 11.08.2016 № 997.

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

9. Формы государственной итоговой аттестации:

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

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

Код	Название
Общекультурные компетенции	
ОК-1	способность использовать основы философских знаний для формирования мировоззренческой позиции (ОК-1)
ОК-2	способность анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции (ОК-2)
ОК-3	способность использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности (ОК-3)
ОК-4	способность использовать основы правовых знаний в различных сферах жизнедеятельности (ОК-4)
ОК-5	способность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия (ОК-5)
ОК-6	способность работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОК-6)
ОК-7	способность к самоорганизации и самообразованию (ОК-7)
ОК-8	способность использовать методы и средства физической культуры для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности (ОК-8)
ОК-9	готовность пользоваться основными методами защиты производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий (ОК-9)
Общепрофессиональные компетенции	
ОПК-1	выполнять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах (ОПК-1)
ОПК-2	владение знаниями и навыками работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью (ОПК-2)
ОПК-3	обладание базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владение навыками литературного редактирования, копирайтинга (ОПК-3)
ОПК-4	умение планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-4)
ОПК-5	умение проводить под контролем коммуникационные кампании и

	мероприятия (ОПК-5)
ОПК-6	способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности (ОПК-6)
Профессиональные компетенции	
ПК-6	способность участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации (ПК-6)
ПК-7	способность принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий (ПК-7)
ПК-12	способность под контролем осуществлять профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации (ПК-12)
ПК-13	способность под контролем осуществлять рекламные кампании и мероприятия (ПК-13)
ПК-14	способность реализовывать знания в области рекламы как сферы профессиональной деятельности (ПК-14)
ПК-15	владение навыками работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве (ПК-15)
ПК-16	способность под контролем осуществлять подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы (ПК-16)

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 в устной форме и включает три этапа.

На первом этапе выпускник получает КИМ путем случайного личного выбора (тянет билет) и объявляет секретарю комиссии и членам ГЭК номер КИМа.

Получает у секретаря лист устного ответа установленного образца, занимает место за одним из отведенных для экзаменующихся столом и приступает к подготовке устного ответа. Одновременно в аудитории проведения ГЭК могут находиться не более шести выпускников.

На втором этапе в процессе подготовки (первому экзаменуемому на подготовку отводится 40 минут, остальным более в соответствии с временем, отведенным на ответы других выпускников) к устному ответу, выпускнику предоставляется возможность воспользоваться ФЗ «О СМИ», ФЗ «О рекламе», ФЗ «О выборах». На третьем этапе выпускник докладывает ГЭК об осмыслении вопроса (отвечает) и презентует портфолио. Заполненный лист устного ответа с датой, личной подписью выпускника сдается секретарю.

Презентация портфолио представляет собою повествование (рассказ) о наиболее значимых достижениях выпускника и демонстрацию работ в соответствии с приобретенными при обучении по ООП 42.03.01 Реклама и связи с общественностью общекультурными, общепрофессиональными и

профессиональными компетенциями. При этом члены ГЭК задают вопросы, а выпускник на них отвечает (защищает портфолио).

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	Дисциплины, в ходе которых формируются компетенции	Примечание
способность использовать основы философских знаний для формирования мировоззренческой позиции (ОК-1)	<p>знать: основы философских знаний;</p> <p>уметь: отличать мировоззренческие позиции;</p> <p>владеть: речевым навыком влияния на мировоззренческие позиции.</p>	Б1.Б.07 Философия	
способность анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции (ОК-2)	<p>знать: основные этапы и закономерности исторического развития общества;</p> <p>уметь: уметь анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества;</p> <p>владеть: навыком влияния на сформированность гражданской позиции.</p>	Б1.Б.31 История рекламы и связей с общественностью	

<p>способность использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности и (ОК-3)</p>	<p>знать: основы экономических знаний; уметь: применять основы экономических знаний; владеть: навыком применения основ экономических знаний в сфере публичной жизнедеятельности.</p>	<p>Б1.Б.10 Экономика;</p>	
<p>способность использовать основы правовых знаний в различных сферах жизнедеятельности и (ОК-4)</p>	<p>знать: основы правовых знаний; уметь: различать их применение для разных сфер жизнедеятельности; владеть: навыком применения основ правовых знаний в соответствии со сферой жизнедеятельности.</p>	<p>Б1.Б.32 Регулирование в рекламе и связях с общественностью</p>	
<p>способность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия (ОК-5)</p>	<p>знать: формы вербальной коммуникации; уметь: взаимодействовать при межличностной и межкультурной коммуникации; владеть: навыком межкультурного взаимодействия на русском и одном из иностранных языков.</p>	<p>Б1.В.06 Речевое воздействие в рекламе и СО</p>	

<p>способность работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОК-6)</p>	<p>знать: социальные, этнические и конфессиональные и культурные различия; уметь: работать в коллективе; владеть: навыком толерантно воспринимать социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия.</p>	<p>Б1.В.14 Профессиональные стандарты и этика в рекламе и связях с общественностью</p>	
<p>способность к самоорганизации и самообразованию (ОК-7)</p>	<p>знать: различия между самоорганизацией и самообразованием; уметь: организовывать самого себя; владеть: навыком самоорганизации и саморазвития.</p>	<p>Б1.Б.11 Математика и статистика;</p>	
<p>способность использовать методы и средства физической культуры для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности (ОК-8)</p>	<p>знать: методы и средства физической культуры для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности; уметь: напрягать и расслаблять мышцы; владеть: навыком мышечного напряжения и расслабления в стрессовой ситуации государственного экзамена.</p>	<p>Б1.Б.39 Физическая культура и спорт</p>	

<p>готовность пользоваться основными методами защиты персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий (ОК-9)</p>	<p>знать: различие и сходство между аварией, катастрофой и стихийным бедствием и их последствиями; уметь: пользоваться основными методами защиты от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий; владеть: навыком защиты от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий.</p>	<p>Б1.Б.38 Безопасность жизнедеятельности</p>	
<p>выполнять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах (ОПК-1)</p>	<p>знать: профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью; уметь: выполнять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью; владеть: навыком выполнения под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах.</p>	<p>Б1.Б.14 Основы рекламы; Б1.В.10 Консалтинг в связях с общественностью;</p>	

<p>владение знаниями и навыками работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью (ОПК-2)</p>	<p>знать: специфику работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью; уметь: работать в отделах рекламы и отделах связей с общественностью; владеть: навыком взаимодействия с журналистским пулом.</p>	<p>Б1.Б.21 Организация работы отдела рекламы; Б1.Б.22 Организация работы отдела связей с общественностью;</p>	
<p>обладание базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владение навыками литературного редактирования, копирайтинга (ОПК-3)</p>	<p>знать: правила создания текстов рекламы и связей с общественностью, владение навыками литературного редактирования, копирайтинга; уметь: создавать тексты рекламы и связей с общественностью; владеть: навыками литературного редактирования, копирайтинга.</p>	<p>Б1.В.01 Работа с текстами в рекламе; Б1.В.02 Работа с текстами в связях с общественностью;</p>	

<p>умение планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-4)</p>	<p>знать: принципы планирования и организации коммуникационных кампаний и мероприятий; уметь: разрабатывать концепцию (планировать, организовывать, контролировать, оценивать эффективность) коммуникационные кампании и мероприятия; владеть: навыком оценки под контролем коммуникационных кампаний и мероприятий</p>	<p>Б1.Б.20 Основы менеджмента;</p>	
<p>умение проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-5)</p>	<p>знать: основы планирования и организации под контролем коммуникационных кампаний и мероприятий; уметь: планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия; владеть: навыком тайм-менеджмента коммуникационных кампаний и мероприятий.</p>	<p>Б1.В.05 Основы брендинга;</p>	

<p>способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности (ОПК-6)</p>	<p>знать: признаки стандартных задач профессиональной деятельности; уметь: применять информационно-коммуникационные технологии; владеть: навыком создания информации и библиографии с учетом требований безопасности.</p>	<p>Б1.Б.12 Компьютерные технологии и информатика;</p>	
<p>способность участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации (ПК-6)</p>	<p>знать: критерии эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечения внутренней и внешней коммуникации; уметь: обеспечивать организацию внутренней и внешней коммуникацией; владеть: навыком создания эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечения внутренней и внешней коммуникации.</p>	<p>Б1.В.03 Управление общественным мнением и СМИ;</p>	

<p>способность принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий (ПК-7)</p>	<p>знать: задачи при планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий; уметь: участвовать в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий; владеть: навыком планирования, подготовки и проведения коммуникационных кампаний и мероприятий.</p>	<p>Б1.Б.34 Политические технологии в рекламе и связях с общественностью; Б1.В.07 Связи с общественностью в сфере применения; Б1.В.08 Корпоративная культура в связях с общественностью</p>	
<p>способность под контролем осуществлять профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации (ПК-12)</p>	<p>знать: профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации; уметь: взаимодействовать со СМИ; владеть: навыком исполнять профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации</p>	<p>Б1.Б.23 Основы теории журналистики; Б1.В.08 Корпоративная культура в связях с общественностью</p>	
<p>способность под контролем осуществлять рекламные кампании и мероприятия (ПК-13)</p>	<p>знать: черты сходства и различия рекламных кампаний и мероприятий; уметь: под контролем осуществлять рекламные кампании и мероприятия; владеть: навыком под контролем осуществлять рекламные кампании и мероприятия</p>	<p>Б1.В.05 Основы брендинга; Б1.В.10 Консалтинг в связях с общественностью; Б1.В.ДВ.05.02 Связи с общественностью в коммерческих, государственных и общественных структурах</p>	

<p>способность реализовывать знания в области рекламы как сферы профессиональной деятельности (ПК-14)</p>	<p>знать: рекламу как сферу профессиональной деятельности; уметь: реализовывать знания в области рекламы как сферы профессиональной деятельности; владеть: навыком реализовывать знания в области рекламы как сферы профессиональной деятельности.</p>	<p>Б1.В.04 Принципы ведения переговоров; Б1.В.ДВ.02.01 Лоббизм; Б1.В.ДВ.02.02 Тексты и документооборот; Б1.В.ДВ.04.01 Политический маркетинг</p>	
<p>владение навыками работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве (ПК-15)</p>	<p>знать: должностные обязанности при работе в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве; уметь: навыками работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве; владеть: навыками оценки навыков работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве.</p>	<p>Б1.В.ДВ.02.02 Тексты и документооборот</p>	

<p>способность под контролем осуществлять подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы (ПК-16)</p>	<p>знать: этапы подготовки к выпуску, производства и распространения рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы; уметь: под контролем осуществлять подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы; владеть: навыком составления брифа для рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы.</p>	<p>Б1.Б.35 Разработка рекламного продукта</p> <p>Б1.Б.36 Технология производства в рекламе и связях с общественностью</p> <p>Б1.В.01 Работа с текстами в рекламе</p> <p>Б1.В.02 Работа с текстами в связях с общественностью</p> <p>Б1.В.07 Связи с общественностью в сфере применения</p> <p>Б1.В.12 Язык текстов в связях с общественностью</p> <p>Б1.В.13 История СМИ</p> <p>Б1.В.ДВ.02.03 Русский язык как иностранный в профессиональной деятельности</p> <p>Б1.В.ДВ.03.02 Проблемы изучения коммерческой номинации</p> <p>Б1.В.ДВ.03.03 Русский язык как иностранный</p> <p>Б1.В.ДВ.05.02 Связи с общественностью в коммерческих, государственных и общественных структурах</p> <p>Б1.В.ДВ.05.03 Научный стиль речи</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:

- В чём состоят задачи формирования имиджа компании?
- Как бриф отражает суть коммуникационного проекта?
- Каковы особенности антикризисных коммуникационных технологий в социальных и некоммерческих организациях?
- В чём проявляются тенденции современной коммерческой номинации?
- Чем характеризуется Product placement как метод продвижения товаров и услуг?
- Каким образом корпоративное издание способствует сплочению коллектива?
- В чем состоят особенности корпоративной культуры?
- Каковы пути и способы противодействия «чёрным» и «серым» предвыборным технологиям?
- Как взаимосвязаны политическая и медийная повестка дня?
- В чем состоит специфика digital-проектов в сфере общественных связей?
- Каковы особенности деятельности пресс-службы в государственной структуре?
- Какова специфика связей с общественностью в деятельности региональных телеканалов?
- Каковы факторы формирования медийной и общественной повестки дня?
- Чем характеризуются специальные мероприятия и event-маркетинг в целом?
- Что представляет собою система жанров текстов в связях с общественностью?
- Каким образом связаны цель и этапы формирования имиджа политика в СМИ?
- В чем состоят черты сходства и различия имиджа и бренда территории в печатных СМИ?
- Что составляет основу философских знаний?
- Чем отличаются мировоззренческие позиции?
- Каковы факторы влияния на мировоззренческую позицию?
- Каковы основные этапы и закономерности истории развития общества?
- Какие факторы влияют на гражданскую позицию?
- Что входит в понятие «Основы экономических знаний»?
- Каковы особенности применения основ экономических знаний в сфере публичной жизнедеятельности?
- Что входит в понятие «Основы правовых знаний»?
- Каковы особенности применения основ правовых знаний в различных сферах жизнедеятельности?
- Каковы особенности межличностных коммуникаций?
- Какие существуют формы вербальной межкультурной коммуникации?
- В чём состоят особенности межличностной межкультурной коммуникации?
- В чем состоят проявления толерантности?
- Каковы факторы толерантности при восприятии социальных и этнических различий в коллективе?
- Каковы факторы толерантности при восприятии этнических и конфессиональных различий?
- В чём состоят различия между самоорганизацией и саморазвитием?
- Каковы методы и средства физической культуры?
- Какова роль физической культуры?

Какова роль физической культуры в обеспечении полноценной социальной и профессиональной деятельности?

Каковы признаки и факторы полноценной социальной и профессиональной деятельности?

Зачем необходимо уметь напрягать и расслаблять мышцы?

В чём состоят сходства и различия между аварией, катастрофой и стихийным бедствием?

Каковы последствия аварий, катастроф и стихийных бедствий?

Какие методы используются для защиты от возможных аварий, катастроф и стихийных бедствий?

В чём состоят черты сходства и различий профессиональных функций в области рекламы и связи с общественностью?

Чем различается работа в отделах рекламы и работа в отделах связей с общественностью?

Каковы принципы взаимодействия с журналистским пулом?

Каковы цели и задачи копирайтинга?

Каковы принципы создания рекламного продукта?

К чему сводятся принципы литературного редактирования?

Каковы черты сходства и различия коммуникационных кампаний и мероприятий?

Как организуется тайм-менеджмент коммуникационных кампаний и мероприятий?

Что входит в понятие стандартных задач профессиональной деятельности рекламного и СО-менеджера?

Каковы требования к информационной безопасности организации?

К чему сводятся критерии эффективности коммуникации внутри организации?

Чем обеспечивается внутренняя и внешняя коммуникации?

Каковы задачи планирования, подготовки и проведения коммуникационных кампаний и мероприятий?

Каковы профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью?

Каковы принципы взаимодействия организации со СМИ?

Что представляет собой реклама как сфера профессиональной деятельности?

Каковы должностные обязанности сотрудников и руководителя отдела рекламы, маркетингового отдела, рекламного агентства?

По каким критериям оцениваются навыки работы в отделах рекламы, маркетингового отдела и рекламного агентства?

Каковы этапы подготовки к выпуску, производства и распространения рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы?

Какие требования к текстовым и графическим, рабочим и презентационным материалам?

Каковы критерии оценки брифа для рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы?

2. Перечень практических заданий:

2.1 Презентация и защита портфолио.

2.2 Представьте себя на собеседовании с руководителем отдела маркетинга организации. Как портфолио характеризует Вас с точки зрения приобретенных навыков создания эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечения внутренней и внешней коммуникации?

2.3 Представьте себя на собеседовании с руководителем отдела маркетинга организации. Как портфолио характеризует Вас с точки зрения приобретенных навыков планирования, подготовки и проведения коммуникационных кампаний и мероприятий?

2.4 Представьте себя на собеседовании с руководителем рекламного агентства. Как портфолио характеризует Вас с точки зрения приобретенных навыков исполнять профессиональные функции в области рекламы?

2.5 Представьте себя на собеседовании с руководителем отдела маркетинга организации. Как портфолио характеризует Вас с точки зрения приобретенных навыков под контролем осуществлять рекламные кампании и мероприятия?

2.6 Представьте себя на собеседовании с руководителем коммерческой организации. Как портфолио характеризует Вас с точки зрения приобретенных навыков реализовывать знания в области рекламы как сферы профессиональной деятельности?

2.7 Представьте себя на собеседовании с руководителем отдела маркетинга организации. Как портфолио характеризует Вас с точки зрения приобретенных навыков оценки работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве?

2.8 Представьте себя на собеседовании с руководителем коммуникационного агентства. Как портфолио характеризует Вас с точки зрения приобретенных навыков составления брифа для рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы?

2.9 Представьте себя при поступлении в магистратуру на собеседовании с деканом факультета журналистики. Как портфолио характеризует Вас с точки зрения приобретенных дополнительных навыков (например, повышенного уровня владения иностранным языком, уверенного автовождения, окончания курсов первой помощи и др.)?

2.10 Представьте себя при поступлении в магистратуру на собеседовании с деканом экономического факультета. Как портфолио характеризует Вас с точки зрения приобретенных дополнительных навыков (например, повышенного уровня владения иностранным языком, уверенного автовождения, окончания курсов первой помощи и др.)?

12.3.2. Пример КИМ

УТВЕРЖДАЮ
Председатель ГЭК

(подпись) (расшифровка подписи)
____.____.20__г.

Направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Государственный экзамен

Контрольно-измерительный материал № 1

1. Задачи формирования имиджа компании
2. Чем различается работа в отделах рекламы и работа в отделах связей с общественностью?
3. Защита портфолио.

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»
<p>1. Знание учебного материала и научного понятийного аппарата.</p> <p>2. Умение иллюстрировать ответ примерами, в том числе по итогам прохождения практик.</p> <p>3. Навык анализа собственной профессиональной деятельности и проведения самопрезентации в ходе защиты портфолио.</p>	<p>Полное соответствие ответа обучающегося всем перечисленным показателям. Компетенции сформированы полностью, проявляются и используются систематически, в полном объеме. Портфолио демонстрирует профессиональные навыки в соответствии с видами профессиональной деятельности. Защита портфолио свидетельствует о подтверждении компетенций.</p>	<p>Ответ обучающегося в целом соответствует перечисленным показателям. Компетенции в целом сформированы, но в ходе ответа обучающийся допускает неточности и сам исправляет не более двух ошибки. Портфолио демонстрирует профессиональные навыки в соответствии с видами профессиональной деятельности. Защита портфолио свидетельствует о подтверждении компетенций.</p>	<p>Ответ обучающегося в основном соответствует перечисленным показателям. Компетенции в основном сформированы, но в ходе ответа обучающийся допускает неточности и не более трех ошибок. Портфолио демонстрирует профессиональные навыки в соответствии с видами профессиональной деятельности. Защита портфолио свидетельствует о подтверждении компетенций. Данный уровень обязателен для всех осваивающих основную образовательную программу.</p>	<p>Ответ обучающегося не соответствует ни одному из перечисленных показателей. Компетенции не сформированы, знания бессистемны, отрывочны, очевидны грубые ошибки в понимании главного и второстепенного, связи теории с практикой. Портфолио не сформировано. Профессиональные навыки не соответствуют видам профессиональной деятельности. Защита портфолио не подтверждает компетенций.</p>

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»	<i>Высокий уровень — обучающийся полностью готов к профессиональным видам деятельности (коммуникационной и информационно-технологической) под контролем в соответствии со сформированными компетенциями.</i>
«Хорошо»	<i>Повышенный (продвинутый, достаточный) уровень — обучающийся в целом готов к профессиональным видам деятельности (коммуникационной и информационно-технологической) под контролем в соответствии со сформированными компетенциями.</i>
«Удовлетворительно»	<i>Пороговый (базовый, допустимый) — обучающийся в основном готов к подконтрольным профессиональным видам деятельности (коммуникационной и информационно-технологической) в соответствии со сформированными компетенциями. Данный уровень обязателен для всех осваивающих основную образовательную программу.</i>
«Неудовлетворительно»	<i>Недопустимый уровень — обучающийся не способен к самостоятельной профессиональной деятельности ввиду несформированности компетенций, влекущей за собой грубые профессиональные ошибки.</i>

12.3.4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания:

Каждый контрольно-измерительный материал для проведения выпускного (государственного) экзамена включает 17 теоретических вопросов и ситуационных задач в виде самопрезентации выпускника при защите портфолио.

При оценке устного ответа в баллах учитывается соответствие критериев по шкале:

Первичные баллы	Критерий	Общая оценка
40 баллов и менее	1. Выпускник не знает учебного материала и не владеет научным понятийным аппаратом. 2. Выпускник не умеет иллюстрировать ответ примерами. 3. Не владеет навыком анализа собственной профессиональной деятельности при самопрезентации в ходе защиты портфолио.	Неудовлетворительно
41 – 60 баллов	1. Выпускник в основном знает учебный материал и владеет научным	Удовлетворительно

	<p>понятийным аппаратом.</p> <p>2. Выпускник в основном умеет иллюстрировать ответ примерами, в том числе по итогам прохождения практик.</p> <p>3. Выпускник в основном владеет навыком анализа собственной профессиональной деятельности и проведения самопрезентации в ходе защиты портфолио.</p>	
61 – 80 баллов	<p>1. Выпускник в целом знает учебный материал и владеет научным понятийным аппаратом.</p> <p>2. Выпускник в целом умеет иллюстрировать ответ примерами, в том числе по итогам прохождения практик.</p> <p>3. Выпускник в целом владеет навыком анализа собственной профессиональной деятельности и проведения самопрезентации в ходе защиты портфолио.</p>	Хорошо
81 – 100 баллов	<p>1. Выпускник полностью знает учебный материал и владеет научным понятийным аппаратом.</p> <p>2. Выпускник полностью умеет иллюстрировать ответ примерами, в том числе по итогам прохождения практик.</p> <p>3. Выпускник полностью владеет навыком анализа собственной профессиональной деятельности и проведения самопрезентации в ходе защиты портфолио.</p>	

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

а) основная литература:

№ п/п	Источник
1	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.
2	Реклама и связи с общественностью: Теория и практика/ под ред. Тулупова В.В. – Воронеж : Издательский дом ВГУ, 2015. – С.233-249.
3	Булатова С. Н./Теория и практика связей с общественностью: учебное пособие/ С.Н. Булатова . - Кемерово: КемГУКИ, 2012. – 80 с. - ISBN: 978-5-8154-0229-4 . – <URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book_view&book_id=227790 >

б) дополнительная литература:

№ п/п	Источник
1	Чумиков А. Реклама и связи с общественностью: профессиональные компетенции: учебное пособие / А. Чумиков, М. Бочаров, С. Самойленко; Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации. - М. : Издательский дом «Дело», 2016. - 521 с. : ил. - Библ. в кн. - ISBN 978-5-7749-1135-6 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: //biblioclub.ru/index.php?page=book&id=442983
2	Гундарин М.В. Книга руководителя отдела PR: практические рекомендации / Михаил Гундарин. – 2-е изд., доп. — СПб.: Питер, 2009. – 330 с.
3	Пономарёв Н.Ф. Связи с общественностью: социально-психологические аспекты. – СПб.: Питер, 2008. – 207 с.

в) информационные электронно-образовательные ресурсы:

№ п/п	Ресурс
1	Электронный каталог Научной библиотеки Воронежского государственного университета. – (http //www.lib.vsu.ru/).
2	Электронно-библиотечная система «Консультант студента». – (http://www.studentlibrary.ru/)
3	Электронно-библиотечная система “Университетская библиотека ONLINE”. – (http://biblioclub.ru/index.php?page=static_red&id=107)

12.5. Материально-техническое обеспечение

Типовое оборудование академической аудитории с шестью посадочными местами для выпускников и шестью для членов комиссии.

13 Требования к ВКР

13.1. Порядок выполнения ВКР

Для ритмичной работы и апробации результатов исследования, а также для контроля над реализацией коммуникационного проекта разработано задание на выполнение ВКР. Для выпускников ООП 42.03.01 Реклама и связи с общественностью практикуется защита двух типов ВКР: собственно исследовательской (прикладного характера); творческой (в виде коммуникационного проекта).

ВКР включает не менее 50 страниц. Оптимальный объем – 60–70 страниц. Список использованной литературы и приложение не входит в объем ВКР. Многостраничное приложение может составлять отдельный том. В первой главе представлены теоретические основания исследования. Во второй – анализ фактического материала. Третья глава не исключена. Каждая из глав завершается частными выводами. Совокупно (с акцентом на анализе фактического материала) главы 1 и 2 служат доказательством гипотезы. А в заключении подводятся итоги работы (в идеале многолетней). Убедительная ВКР включает материалы не только преддипломной, но и предыдущих производственных практик. Будучи альтернативной формой итоговой аттестации, творческая работа представляет собою концептуализацию и реализацию коммуникационного проекта.

Как обоснованная и управляемая деятельность с конкретными сроками завершения и ограниченными ресурсами, а также с ожидаемыми результатами, коммуникационный проект создается с целью решения актуальной социальной, политической либо бизнес-проблемы и направлен на ту или иную аудиторию общественности. На первом этапе создается концепция, где обосновываются следующие составляющие проекта: цель, задачи, исследование, затраты, пути решения проблемы, спонсоры и предполагаемые результаты. В самом проекте описывается ход достижения цели и те мероприятия, которые были проведены либо планируются (по сути коммуникационная кампания).

Первая глава творческой ВКР соответствует этапу концептуализации проекта, а вторая включает описание путей достижения цели. Приложение к такой работе включает оригинальные документы и творческие работы, фотоматериалы, отчет о результатах проекта, в реализации которого автор ВКР принимал непосредственное участие. Особую ценность творческой ВКР придает та креативная идея, которая положена в основу проекта и является ноу-хау выпускника. При создании творческой работы (проекта) акцент должен быть сделан на прикладной стороне ВКР. Однако это не снимает с автора ответственности за соответствие теоретической и практической глав. Последняя из них включает собственно проект с его обоснованием и анализом фактически достигнутых (в случае реализации проекта) либо гипотетических результатов (их достижение обосновывается автором). А первая глава представляет собою собственно концепцию коммуникационной кампании на основе теории в области рекламы и связей с общественностью.

13.2. Примерный перечень тем ВКР

Тематика зависит от характера ВКР. По направлению подготовки 42.03.01 «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 развития и т.п.). Тема ВКР отражает актуальную научную и / или прикладную проблему.

Выпускникам предлагаются разнообразные темы ВКР, преимущественно связанные с материалами СМИ.

№	Тематика ВКР
1	Формирование имиджа компании/ политика/ территории средствами печатных СМИ
2	Разработка и реализация коммуникационного проекта в сфере PR (на примере...)
3	Использование антикризисных PR-технологий в социальных и некоммерческих организациях (на примере благотворительных фондов и НКО)
4	Исследование закономерностей современной коммерческой номинации (на примере...)
5	Product placement как метод продвижения товаров и услуг (на примере...)
6	Корпоративное издание как инструмент сплочения коллектива
7	Особенности корпоративной культуры компании (на примере...)
8	Противодействие «чёрным» и «серым» предвыборным технологиям
9	Продвижение интересов бизнес-сообщества через СМИ (на примере...)
10	Digital-проекты в сфере общественных связей
11	Особенности работы пресс-службы в государственной/ коммерческой и др. структуре (на примере...).
12	Связи с общественностью в деятельности региональных телеканалов
13	Факторы формирования медийной повестки дня
14	Специальные мероприятия и event- маркетинг (на примере...).
15	Специфика применения различных жанров пиар-текстов в коммуникационной деятельности компании X
16	Создание и продвижение личного бренда DJ в социальных сетях
17	Разработка концепции и фирменного стиля кафе
18	Реклама в социальных сетях на примере «ВКонтакте» и «Инстаграм»
19	Жанровые особенности рекламы путешествий в деловых и туристических СМИ
20	Работа рекламных агентств на примере рекламного агентства «Ардиэ»

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. Рекомендуются (но не является обязательным), чтобы тема ВКР продолжала тематику курсовых работ, которые студент выполнял в процессе обучения.

13.3. Структура ВКР

13.3.1 Структура ВКР исследовательского характера

Структура ВКР исследовательского характера соответствует стандартной структуре научно-исследовательской работы. Текст ВКР включает введение, основную часть, заключение, список использованной 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, выдвигается гипотеза исследования. В основной части излагается ход исследования. Основная часть делится на главы и параграфы. В заключении обобщаются основные положения и выводы ВКР, подтверждается либо опровергается гипотеза. Список литературы должен содержать не менее 50 наименований. Примерный объем работы – 50-60 стандартных страниц печатного текста. Приложения не учитываются при определении объема ВКР.

13.3.1 Структура ВКР профессионально-творческого характера (проект)

Структура ВКР профессионально-творческого характера (проект) 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 40-50 стандартных страниц печатного текста. Основная часть работы включает не только краткое описание теоретических основ выбранной автором темы (концепцию проекта), 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, дополнительных)	Результаты обучения	Примечание
способность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия (ОК-5)	знать: формы вербальной коммуникации; уметь: взаимодействовать при межличностной и межкультурной коммуникации; владеть: навыком межкультурного взаимодействия на русском и одном из иностранных языков.	
способность к самоорганизации и самообразованию (ОК-7)	знать: различия между самоорганизацией и самообразованием; уметь: организовывать самого себя; владеть: навыком самоорганизации и саморазвития.	

<p>обладание базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владение навыками литературного редактирования, копирайтинга (ОПК-3)</p>	<p>знать: правила создания текстов рекламы и связей с общественностью, владение навыками литературного редактирования, копирайтинга; уметь: создавать тексты рекламы и связей с общественностью; владеть: навыками литературного редактирования, копирайтинга.</p>	
<p>способность участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации (ПК-6)</p>	<p>знать: критерии эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечения внутренней и внешней коммуникации; уметь: обеспечивать организацию внутренней и внешней коммуникацией; владеть: навыком создания эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечения внутренней и внешней коммуникации.</p>	
<p>способность принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий (ПК-7)</p>	<p>знать: задачи при планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий; уметь: участвовать в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий; владеть: навыком планирования, подготовки и проведения коммуникационных кампаний и мероприятий.</p>	
<p>способность под контролем осуществлять профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации (ПК-12)</p>	<p>знать: профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации; уметь: взаимодействовать со СМИ; владеть: навыком исполнять профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации</p>	
<p>способность под контролем осуществлять рекламные кампании и мероприятия (ПК-13)</p>	<p>знать: черты сходства и различия рекламных кампаний и мероприятий; уметь: под контролем осуществлять рекламные кампании и мероприятия; владеть: навыком под контролем осуществлять рекламные кампании и мероприятия</p>	

<p>способность реализовывать знания в области рекламы как сферы профессиональной деятельности (ПК-14)</p>	<p>знать: рекламу как сферу профессиональной деятельности; уметь: реализовывать знания в области рекламы как сферы профессиональной деятельности; владеть: навыком реализовывать знания в области рекламы как сферы профессиональной деятельности.</p>	
<p>владение навыками работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве (ПК-15)</p>	<p>знать: должностные обязанности при работе в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве; уметь: навыками работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве; владеть: навыками оценки навыков работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве.</p>	
<p>способность под контролем осуществлять подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы (ПК-16)</p>	<p>знать: этапы подготовки к выпуску, производства и распространения рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы; уметь: под контролем осуществлять подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы; владеть: навыком составления брифа для рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы.</p>	

13.5 Процедура защиты ВКР и методические рекомендации для студента

13.5.1 Рекомендации по проведению защиты ВКР

- защита ВКР проводится публично на открытом заседании ГЭК;
- ВКР должна быть допущена к защите научным руководителем и заведующим выпускающей кафедрой. Соответствующие визы руководителя и заведующего кафедрой размещаются на титульном листе работы. К каждой работе прилагается отзыв научного руководителя. В один день защищать ВКР могут не более 8 выпускников;
- аудитория, в которой проходят защиты, имеет техническое оснащение, необходимое для мультимедийных презентаций и демонстрации практических навыков выпускника;
- использование мультимедийных презентаций обязательно.

13.5.2. Процедура защиты ВКР

Защита ВКР начинается с доклада секретаря председателю о готовности выпускников к процедуре защиты ВКР. Список защищающихся в один день зачитывается секретарем. Председатель знакомит присутствующих с составом ГАК по приказу ректора, объявляет каждую защиту. Процедура защиты включает доклад выпускника о результатах проведенного исследования либо проекта и мультимедийную презентацию либо хода и результатов исследования, либо

концепции и хода реализации проекта, его результатов либо перспектив реализации. Члены ГЭК и присутствующие задают вопросы выпускнику на открытой защите. Выпускник, в свою очередь, отвечает на них либо по мере их поступления, либо перед окончанием защиты. После доклада выпускника оглашается отзыв научного руководителя и рекомендуемая оценка ВКР. Собрание членов ГЭК проводится на закрытом заседании, а решение принимается и оформляется протоколом о результатах итоговой аттестации. Любые расхождения в оценках членов ГАК учитываются в пользу выпускника. После заседания ГЭК оглашаются результаты. Даются рекомендации авторам лучших ВКР к участию в конкурсах, опубликованию фрагментов ВКР, к продолжению обучения в магистратуре, прикреплению к кафедре в качестве соискателя. Поздравления. Напутствия. Секретарь ГАК передает на кафедру ВКР для хранения в течение 5 лет.

13.6. Фонд оценочных средств для защиты ВКР

Фонд оценочных средств ВКР включает:

1. Отзыв научного руководителя;
2. Критерии оценки защиты ВКР;
3. Критерии оценки защиты портфолио;
4. Свидетельство об апробации (выступление на конференции, публикации, акт о внедрении).

13.6.1. Примерный перечень вопросов на защите ВКР

Перечень дополнительных вопросов при защите ВКР:

1. Каковы факторы, повлиявшие на выбор методики исследования?
2. В чём состояла процедура исследования?
3. Чем обусловлен выбор материала исследования?
4. Каковы критерии доказанности либо опровержения гипотезы?
5. Обладает ли ВКР новизной?
6. В чём состоит практическая значимость ВКР?
7. Какова актуальность исследования?

13.6.2. Критерии и шкала оценивания результатов ВКР

Критерии оценки ВКР:

- актуальность темы ВКР и соответствие содержания ВКР теме;
- уровень проведения теоретического исследования (количество изученных источников, глубина освоения их содержания, степень самостоятельности в теоретической разработке выбранной темы);
- уровень проведения эмпирического исследования (отбор и качество анализа эмпирического материала по теме, в том числе собственного профессионального опыта для творческой ВКР);
- обоснованность структуры ВКР;
- качество оформления текста ВКР;
- качество защиты ВКР.

Оценка «отлично» выставляется, если представленная к защите ВКР полностью соответствует приведенному списку критериев и при этом уровень соответствия характеризуется как высокий. Оценка «хорошо» выставляется, если ВКР демонстрирует высокий уровень соответствия большинству из указанных критериев и не содержит существенных нарушений какого-либо критерия из списка. В том случае, если критерии в целом соблюдены, однако допущены нарушения некоторых из них, но существенные, выставляется оценка «удовлетворительно». Существенные нарушения при этом допускаются в единичном количестве. Если ВКР содержит нарушения значительного количества критериев, ряд из которых характеризуются как существенные, может быть выставлена оценка «неудовлетворительно».

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>

	1 – в ВКР есть отклонения в логике изложения и стиле; 0 – в ВКР материал изложен нелогично, не научным языком
Соответствие между целями, содержанием и результатами работы	2 – цель ВКР полностью достигнута, содержание и результаты работы отражают пути и методы ее достижения; 1 – цель ВКР в основном достигнута, но содержание и результаты работы отражают пути и методы ее достижения лишь отчасти; 0 – цель ВКР достигнута не полностью, содержание и результаты работы не отражают пути и методы ее достижения
Качество представления доклада на защите и уровень ответов на вопросы	2 – во время защиты студент продемонстрировал глубокие знания по теме выпускной работы, наглядно и полно представил ВКР, исчерпывающе ответил на вопросы членов комиссии; 1 – во время защиты студент продемонстрировал недостаточно глубокие знания по теме выпускной работы, при представлении работы был частично привязан к конспекту доклада; 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.

Для оценивания результатов защиты выпускной квалификационной работы используется четырехбалльная 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 научно-исследовательской 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.

При оценивании ВКР следует руководствоваться учебно-методическим пособием Коммуникационный проект (творческая ВКР) : учебно-методическое пособие / А.Е. Богоявленский, А.А. Давтян, Р.В. Дыкин, В.В. Колобов, Е.Ю. Красова, Е.Б. Курганова, В.М. Невежина, М.Е. Новичихина, Е.Е. Топильская, М.А. Шилова, И.А. Щекина, Л.С. Щукина / под ред. Е.Б. Кургановой, Е.Е. Топильской, Л.С. Щукиной, А.А. Давтян. – Воронеж : факультет журналистики ВГУ, 2016. – с. 30-34.

Кроме того, при оценивании ВКР следует руководствоваться методическими рекомендациями Требования к выпускной квалификационной и курсовым работам на кафедре связей с общественностью : учебно-методическое пособие / А.Е. Богоявленский, М.Я. Запрягаева, Е.Б. Курганова, В.М. Невежина, М.Е. Новичихина, С.А. Попов, Е.Е. Топильская, И.А. Щекина / под ред. проф. М.Е. Новичихиной и доц. Е.Е. Топильской. – Воронеж: факультет журналистики ВГУ, 2013. – с. 14-17.

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

а) основная литература:

№ п/п	Источник
1	Требования к выпускной квалификационной и курсовым работам на кафедре связей с общественностью : учебно-методическое пособие / А.Е. Богоявленский, М.Я. Запрягаева, Е.Б. Курганова, В.М. Невежина, М.Е. Новичихина, С.А. Попов, Е.Е. Топильская, И.А. Щекина / под ред. проф. М.Е. Новичихиной и доц. Е.Е. Топильской. – Воронеж: факультет журналистики ВГУ, 2013. – 40 с.
2	Коммуникационный проект (творческая ВКР) : учебно-методическое пособие / А.Е. Богоявленский, А.А. Давтян, Р.В. Дыкин, В.В. Колобов, Е.Ю. Красова, Е.Б. Курганова, В.М. Невежина, М.Е. Новичихина, Е.Е. Топильская, М.А. Шилова, И.А. Щекина, Л.С. Щукина / под ред. Е.Б. Кургановой, Е.Е. Топильской, Л.С. Щукиной, А.А. Давтян. – Воронеж : факультет журналистики ВГУ, 2016. – 60 с.

б) дополнительная литература:

№ п/п	Источник
1	Чумиков А.Н. Темы, структура, рекомендации по написанию креативных (курсовых, дипломных) работ по курсу «связи с общественностью» / URL: http://www.pressclub.host.ru/prlib/prstudents
2	Реклама и связи с общественностью: Теория и практика/ под ред. Тулупова В.В. – Воронеж : Издательский дом ВГУ, 2015. – С.233-249.

в) информационные электронно-образовательные ресурсы:

№ п/п	Ресурс
1	Электронный каталог Научной библиотеки Воронежского государственного университета. – (http //www.lib.vsu.ru/).
2	Электронно-библиотечная система «Консультант студента». – (http://www.studentlibrary.ru/)
3	Электронно-библиотечная система “Университетская библиотека ONLINE”. – (http://biblioclub.ru/index.php?page=static_red&id=107)

Обучающийся дополнительно использует литературу, соответствующую тематике ВКР.

13.9. Материально-техническое обеспечение:

Мультимедиа-проектор BenQ MX511, ПК, экран настенный CS 244*244, нетбук Asus Eee PC 1015P.