

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: Реклама и связи с общественностью
3. Квалификация выпускника: бакалавр
4. Формы обучения: заочная
5. Рекомендована Ученым советом факультета журналистики
(протокол № 6 от 21.06.2018)
6. Учебный год: 2022-2023

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 8.06.2017 № 512.

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

Процедура проведения государственного экзамена по направлению 42.03.01 – Реклама и связи с общественностью проводится в соответствии с требованиями раздела 4 «Государственный экзамен» Положения о порядке проведения государственной итоговой аттестации по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета и программам магистратуры Воронежского государственного университета (П ВГУ 2.1.28 – 2018), утвержденного решением Ученого совета ВГУ, протокол от 28.09.2018 г. № 8.

Форма проведения экзамена – устная в соответствии с Программой ГИА с использованием контрольно-измерительных материалов (далее - КИМ) (Приложение В1).

При необходимости форма проведения экзамена может быть изменена на дистанционную (с использованием платформы «Электронный университет» (edu.vsu.ru)).

Государственный экзамен проводится по нескольким дисциплинам образовательной программы, результаты освоения которых имеют определяющее значение для профессиональной деятельности выпускников.

Государственный экзамен 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 экзаменуемых столов 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.

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 собой 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).

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 (Приложение В2) 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	Дисциплины, в ходе которых формируются компетенции	Примечание
способность использовать основы философских знаний для формирования мировоззренческой позиции (ОК-1)	знать: основы философских знаний; уметь: отличать мировоззренческие позиции; владеть: речевым навыком влияния на мировоззренческие позиции.	Б1.Б.07 Философия	
способность анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции (ОК-2)	знать: основные этапы и закономерности исторического развития общества; уметь: уметь анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества; владеть: навыком влияния на сформированность гражданской позиции.	Б1.Б.31 История рекламы и связей с общественностью	
способность использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности (ОК-3)	знать: основы экономических знаний; уметь: применять основы экономических знаний; владеть: навыком применения основ экономических знаний в сфере публичной жизнедеятельности.	Б1.Б.10 Экономика	
способность использовать основы правовых знаний в различных сферах жизнедеятельности (ОК-4)	знать: основы правовых знаний; уметь: различать их применение для разных сфер жизнедеятельности; владеть: навыком применения основ правовых знаний в соответствии со сферой жизнедеятельности.	Б1.Б.32 Регулирование в рекламе и связях с общественностью	

<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 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 производственного 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 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;</p> <p>уметь: под контролем осуществлять подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы;</p> <p>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 Особенности языка рекламы</p> <p>Б1.В.13 История СМИ</p> <p>Б1.В.ДВ.03.02 Проблемы изучения коммерческой номинации</p> <p>Б1.В.ДВ.05.02 Связи с общественностью в коммерческих, государственных и общественных структурах</p>	
--	--	---	--

12.3 Фонд оценочных средств для проведения государственного экзамена

1231. Контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов освоения образовательной программы, проверяемых в рамках государственного экзамена

1. Перечень вопросов к экзамену:

1. Определите роль и место связей с общественностью в современном обществе.
2. Представьте периодизацию связей с общественностью в мире и в России.
3. Проведите обзор определений связей с общественностью, предложите и свою дефиницию.
4. Покажите соотношение понятий и функций связей с общественностью и журналистики (промоушн, паблисити, пропаганды, рекламы, маркетинга).
5. Объясните на конкретных примерах применение в коммуникационной практике Барселонских принципов.
6. Охарактеризуйте ключевые профессии в СО: пресс-секретаря, спичрайтера, редактора корпоративного издания и др.
7. Представьте содержание и структуру общественного мнения, опишите методы и приемы управления им.
8. Оцените роль неформальных коммуникаций в связях с общественностью, предложите варианты борьбы со слухами.
9. Объясните понятие коммуникативной компетентности в сфере делового общения специалиста по связям с общественностью и приведите примеры ее проявления.
10. Опишите содержание и значимость организационной работы пресс-службы (составление медиакарты и положения об аккредитации, работу с журналистскими запросами).
11. Расскажите о современных подходах к КРП в коммуникационной практике. Объясните важность количественных и качественных параметров оценки работы.
12. Покажите специфику конференций, семинаров, выставок, презентаций как фирменных СО-акций.
13. Приведите пример и объясните успех конкретной СО-кампании.
14. Опишите конкретную кризисную ситуацию и технологию антикризисного PR.
15. Приведите примеры использования норм международного права в сфере связей с общественностью.
16. Покажите особенности российского законодательства и этических норм практики связей с общественностью.
17. Расскажите, как комплексный подход к проработке точек контакта позволяет интегрировать идею бренда в путь потребителя (Customer journey).
18. Покажите роль разных каналов СМИ в сфере связей с общественностью. Опишите функции и задачи СО-специалиста в работе со СМИ.
19. Расскажите, как эффективно проводить пресс-мероприятия (пресс-конференции, брифинги, пресс-туры, пресс-подходы, пресс-ланчи).
20. Расскажите про особенности консультирования в политике. Приведите пример консалтингового агентства, специализирующегося на политических проектах.
21. Представьте типологию простых первичных СО-текстов (оперативно-новостные, исследовательско-новостные, фактологические, исследовательские и образно-новостные тексты).
22. Охарактеризуйте наиболее востребованные в практике СО-тексты, опишите правила их подготовки, оформления и рассылки (пресс-релиз, бэкграундер, биография, заявление для СМИ, байлайнер и другие).
23. Опишите консалтинговую структуру, методику аудита коммуникаций и оценки репутации организаций.
24. На конкретном примере рассмотрите социальные и экономические основы репутационного менеджмента.
25. Приведите примеры персонального имиджа, расскажите об инструментарии имиджмейкера (позиционирование, мифологизация, эмоционализация, дистанцирование, визуализация и т.д.).
26. Покажите место брендинга в системе корпоративных коммуникаций.
27. Опишите виды и средства распространения рекламы.
28. Покажите принципы взаимодействия участников рекламного процесса.
29. Приведите примеры использования интегрированных маркетинговых коммуникаций в рекламной кампании.
30. На конкретном примере опишите связь этапа аналитического обеспечения рекламной и СО-деятельности (анализа рынка, товара/услуги, конкурентов, составления профиля потребителей, репутационного аудита) с выстраиванием коммуникационной стратегии.
31. Покажите роль маркетинговых исследований в рекламе, опишите ключевые методы сбора информации, основные этапы проведения исследований. Проиллюстрируйте возможности

- конкретных видов исследований при решении практических задач рекламной и СО-деятельности.
32. Проиллюстрируйте планирование, организацию, проведение конкретной рекламной кампании и оценку ее экономической эффективности.
 33. Рассмотрите форму и содержание рекламных обращений различных видов.
 34. Проиллюстрируйте коммуникативные стратегии и тактики речевого воздействия рекламы на потребителя.
 35. Покажите место рекламы в системе интегрированных массовых коммуникаций и масс-медиа.
 36. Опишите модели рекламного воздействия и специфику отдельных средств массовой коммуникации
 37. Опишите методы выбора целевой аудитории и факторы, определяющие границы и состав аудитории.
 38. Проведите анализ медиапараметров при выборе конкретных носителей рекламы.
 39. Опишите основные параметры медиаплана, методы контроля и оценки его эффективности.
 40. Классифицируйте правовые требования к отдельным видам рекламы и к рекламе отдельных видов товаров и услуг.
 41. Покажите значение авторского права и смежных прав в рекламе, опишите объект и субъект авторского права, лицензионного договора, способы и порядок защиты авторских прав.
 42. Расскажите о правовой охране фирменного наименования, товарного знака и знака обслуживания, наименования места происхождения товара (порядок и способы защиты).

2. Перечень практических заданий:

1. Воссоздание PR-текста из предложенной журналистской публикации.
2. Решение задачи или кейса из задачника по PR.

Пример задачи: Весной 2020 г. представители мебельной фабрики Home Collection прокомментировали ситуацию с рекламой, в которой расцветку диванов сравнили с цветом кожи людей разных рас. Как пояснила радиостанция "Говорит Москва" ведущий бренд-менеджер компании Василиса Карпущина, скандальный пост уже удалили, а с сотрудниками проведут разъяснительную работу. На вопрос об авторских правах на снимок (впервые это фото появилось в 2018 году на empoweringwomennow.com.), она ответить не смогла. Коллаж из фотографии моделей с разным цветом кожи и снимка соответствующих им оттенков диванных обивок появился в группе фабрики в соцсети "ВКонтакте" в конце января. "Каждый цвет кожи является самодостаточным и уникальным, в то же время сочетание нескольких цветов кож позволяет создавать натуральные колористические решения", — говорилось в подписи к снимку. Популярность публикация получила, когда на нее обратил внимание Telegram-канал "Беспощадный пиарщик". Комментаторы возмутились и обвинили компанию в расизме.

Задание: разработайте концепцию грамотного PR-ответа мебельной фабрики Home Collection на обвинения в расизме.

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__г.

Направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Государственный экзамен по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Контрольно-измерительный материал № 1

1. Представьте периодизацию связей с общественностью в мире и в России.
2. Охарактеризуйте наиболее востребованные в практике СО-тексты, опишите правила их подготовки, оформления и рассылки (пресс-релиз, бэкграундер, биография, заявление для СМИ, байлайнер и другие).
3. Практическое задание.

Куратор ООП

Курганова Е.Б.

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	<ol style="list-style-type: none"> 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	<ol style="list-style-type: none"> 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.	Реклама и связи с общественностью: Теория и практика/ под ред. Тулупова В.В. – Воронеж : Издательский дом ВГУ, 2015. – 370 с.
2.	Шарков Ф. И. Интегрированные коммуникации: Массовые коммуникации и медиапланирование: Учебник / Ф. И. Шарков, В. Н. Бузин; под общ. ред. проф. Ф. И. Шаркова. - М.: Издательско-торговая корпорация "Дашков и К", 2012. - 488 с. – Режим доступа: http://biblioclub.ru/index.php?page=book_view&book_id=112200
3.	Шарков Ф.И. Интегрированные коммуникации: реклама, паблик рилейшнз, брендинг / Ф.И. Шарков. – Москва: Дашков и К°, 2020. – 324 с. – Режим доступа: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=116042

б) дополнительная литература:

№ п/п	Источник
4.	Гуревич П. С. Психология рекламы : учебник / П.С. Гуревич .— Москва : Юнити, 2015 .— 271 с. — Режим доступа: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=118129
5.	Емельянов С. М. Связи с общественностью: Электронное учебное пособие : учебное пособие / С. М. Емельянов. — СПб: ИЭО СПбУТУиЭ, 2009. — 162 с.— Режим доступа: https://e.lanbook.com/book/63844
6.	Сайкин Е. А. Антикризисный PR : учебное пособие / Е. А. Сайкин. — Новосибирск : НГТУ, 2015. — 44 с. — Режим доступа: https://e.lanbook.com/book/118540
7.	Теория и практика креативной деятельности: учебное пособие / О.А. Карлова, Е.А. Ноздренко, И.А. Пантелеева, И.А. Карлов; Сибирский федеральный университет. – Красноярск : Сибирский федеральный университет (СФУ), 2012. – 372 с. – Режим доступа: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=364091
8.	Ткаченко Н.В. Креативная реклама: технологии проектирования / Н.В. Ткаченко, О.Н. Ткаченко; под ред. Л.М. Дмитриевой. – Москва : Юнити, 2015. – 336 с. – Режим доступа: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114422
9.	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. : То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=442983 2 3
10.	Щукина Л.С. Рекламный креатив: технологии разработки [Электронный ресурс] : учебное пособие / Л.С. Щукина ; [Воронеж. гос. ун-т, Фак. журналистики] .— Электрон. текстовые дан. — Воронеж, 2013 .— Режим доступа: http://www.lib.vsu.ru/elib/texts/method/vsu/m13-245.pdf

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

11.	ЭБС Университетская библиотека online. – Режим доступа: https://biblioclub.ru/
12.	ЭБС Лань. – Режим доступа: https://e.lanbook.com/
13.	Электронная библиотека ЗНБ ВГУ. – Режим доступа: https://lib.vsu.ru/
14.	Образовательный портал ВГУ. – Режим доступа: http://www.moodle.vsu.ru
15.	Лаборатория рекламы, маркетинга и public relations. – Режим доступа: http://www.advlab.ru
16.	Маркетинг в России и за рубежом. – Режим доступа: http://www.dis.ru/market
17.	Независимый журнал о PR.– Режим доступа: http://www.mediabitch.ru
18.	Сайт о творчестве. – Режим доступа: http://www.adme.ru
19.	Энциклопедия брендов. – Режим доступа: https://www.brandpedia.ru
20.	История брендов. – Режим доступа: https://historybrands.jimdo.com

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

Программное обеспечение: WinPro 8 RUSUpgrdOLPNLAcDmc; OfficeSTD 2013 RUSOLPNLAcDmc; неисключительные права на ПО Dr. WebEnterpriseSecuritySuite, комплексная защита Dr. WebDesktopSecuritySuite + Центр управления на 12 месяцев, 1400 ПК (Продление). СПС «ГАРАНТ-Образование». Свободный доступ в интернет. Платформа «Электронный университет ВГУ»: <https://edu.vsu.ru>.

12.6. Материально-техническое обеспечение:

Аудитории для проведения занятий лекционного типа: ауд. 130 (Воронеж, ул. Хользунова, 40-а). Типовое оснащение, оборудование: мультимедиапроектор ViewSonic; ПК (i5/4Gb/HDD 1Tb); экран настенный с электроприводом CS 244*244; акустическая система BEHRINGER B115D, микшер UB 1204 FX, микрофон B-1.

Аудитории для проведения государственного экзамена: ауд. 125 (Воронеж, ул. Хользунова, 40-а). Специализированная мебель, мультимедиа-проектор BenQ, экран настенный CS 244*244; ноутбук 15" PackardBell WinPro 8 RUS Upgrd OLP NL Acdmc, OfficeSTD 2013 RUS OLP NL Acdmc, Неисключительные права на ПО Dr. Web Enterprise Security Suite Комплексная защита Dr. Web Desktop Security Suite + Центр управления на 12 месяцев, 1400 ПК (Продление).

Аудитории для самостоятельной работы студентов. Используются компьютерные классы: ауд. 115 (Воронеж, ул. Хользунова, 40-а). Типовое оснащение, оборудование: мультимедиапроектор BenQ MX511; экран настенный CS 244*244; интерактивная доска Promethean, ПК (i5/4Gb/HDD 1Tb) (11 шт.); ауд. 126 (Воронеж, ул. Хользунова, 40-а). Типовое оснащение, оборудование: мультимедиапроектор BenQ MX511; ПК (Razer 5/4Gb/1Tb) (10 шт.); экран настенный CS 244*244, интерактивная доска Promethean.

13 Требования к ВКР

13.1 Порядок выполнения ВКР

Выпускная квалификационная работа (ВКР) выполняется в соответствии с требованиями ФГОС по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (бакалавриат) и является заключительным этапом проведения государственных аттестационных испытаний.

Процедура подготовки ВКР соответствует требованиям раздела 5 «Выпускная квалификационная работа» Положения о порядке проведения государственной итоговой аттестации по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета и программам магистратуры Воронежского государственного университета (П ВГУ 2.1.28 – 2018), утверждённого решением Ученого совета ВГУ, протокол от 28.09.2018 г. № 8.

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

Тематика ВКР разрабатывается выпускающими кафедрами совместно с кафедрами (отделами, лабораториями), являющимися базами выполнения ВКР. Тематика ВКР должна соответствовать профилю образовательной программы, задачам теоретической и практической подготовки выпускника, быть актуальной, соответствовать современному состоянию и перспективам развития науки.

В случае обоснованности целесообразности разработки ВКР для практического применения в соответствующей области профессиональной деятельности или на конкретном объекте профессиональной деятельности по письменному заявлению обучающегося (нескольких обучающихся, выполняющих ВКР совместно) может быть предоставлена возможность подготовки и защиты ВКР по теме, предложенной обучающимся (обучающимися).

На заседании Ученого совета факультета по представлению заведующих выпускающими кафедрами утверждается перечень тем ВКР, предлагаемых обучающимся, который доводится до сведения обучающихся не позднее, чем за 6 месяцев до даты начала ГИА.

Для подготовки ВКР за обучающимся (несколькими обучающимися, выполняющими ВКР совместно) распоряжением декана закрепляется руководитель ВКР из числа научно-педагогических работников Университета и, при необходимости, консультант

(консультанты).

Этапы работы над ВКР

Руководитель перед началом выполнения ВКР выдает задание обучающемуся, разрабатывает совместно с ним календарный график выполнения ВКР, рекомендует ему 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.

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 – 55% (по результатам проверки на платформе «Электронный университет ВГУ (<https://edu.vsu.ru>)»).

ВКР подлежат размещению на образовательном портале «Электронный университет ВГУ» (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).

Обучающийся должен быть ознакомлен с отзывом не позднее, чем за 5 календарных дней до дня защиты ВКР.

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

Более подробные инструкции по написанию ВКР содержатся в учебно-методическом пособии: Учебно-методическое пособие по подготовке ВКР на кафедре связей с общественностью, рекламы и дизайна факультета журналистики ВГУ / А. А. Давтян, Р. В. Дыкин, Е. Ю. Красова, и др./ под ред. И. А. Щекиной. – Воронеж: факультет журналистики ВГУ, 2021. – 108 с.

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 организаций в сфере рекламы и связей с общественностью.

Выпускникам предлагаются разнообразные темы ВКР, при этом обязательно связанные с деятельностью в области рекламы и паблик рилейшнз. Предлагаются примерные темы, которые могут корректироваться выпускником по согласованию с научным руководителем и кафедрой. Тема ВКР может быть сформулирована обучающимся самостоятельно. Тема ВКР должна отражать актуальную научную и/или практическую проблему. Тема должна соответствовать направлению обучения

выпускника.

Примерная тематика ВКР – актуальные направления исследования современной теории и практики рекламы и связей с общественностью:

№	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 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 PR-текстов в коммуникационной деятельности компании X
16	Создание и продвижение личного бренда в социальных сетях
17	Разработка концепции 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...)
21	Разработка и реализация коммуникационного проекта в сфере государственного / муниципального управления (на примере...).
22	Специфика ведения информационной войны (на примере...)
23	Создание имиджа/медиаимиджа (личности/организации/политической партии) инструментами PR
24	Геймификация в сфере b2c/b2p/b2b-коммуникаций.
25	Продвижение СМИ в социальных сетях: инструменты и их применение
26	Особенности работы с контентом при формировании и продвижении личного бренда в социальных сетях
27	Эпатаж как имиджеформирующий фактор персон шоу-бизнеса/политики
28	Специфика формирования имиджа женщины-политика в США/европейских странах/РФ
29	Специфика организации и проведения PR-кампании для молодежной аудитории
30	Инструменты формирования и развития бренда работодателя (на конкретном примере...)

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 (при необходимости). Во введении описываются и обосновываются актуальность выбранной темы, цель и задачи ВКР, объект и предмет исследования, степень разработанности темы, теоретическая и эмпирическая базы 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. Список литературы должен содержать не менее 50 наименований. Примерный объем работы – 60 стандартных страниц печатного текста. Приложения не учитываются при определении объема.

Структура ВКР творческого характера в целом подобна структуре ВКР исследовательского характера, но имеет некоторые особенности. В связи с тем, что автор демонстрирует и анализирует собственный профессиональный опыт, 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, но и в первую очередь самоанализ представленных образцов практической деятельности выпускника в сфере рекламы и связей с общественностью. Результаты практической деятельности выпускника представляются как творческое приложение к ВКР.

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: заниматься самоорганизацией и самообразованием; 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 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;</p> <p>уметь: реализовывать знания в области рекламы как сферы профессиональной деятельности;</p> <p>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;</p> <p>уметь: навыками работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве;</p> <p>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;</p> <p>уметь: под контролем осуществлять подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы;</p> <p>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

Процедура защиты каждого обучающегося предусматривает:

- представление председателем ГЭК обучающегося, оглашение темы работы, руководителя ВКР; – доклад по результатам работы (с акцентом на собственные исследования, расчеты и результаты);
- вопросы защищаемому;
- выступление руководителя или оглашение секретарем ГЭК его отзыва на ВКР;
- дискуссия по ВКР;
- заключительное слово выпускника.

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.

Непосредственно после защиты ВКР в печатном и электронном видах передаются на хранение в течение 5 лет на выпускающей кафедре.

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?
10. В чем состояла процедура исследования?

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	2 – в ВКР полно и аргументированно представлена актуальность исследования, раскрыта степень изученности темы, сформулированы цель, задачи, объект, предмет, методы исследования, обоснованы практическая и теоретическая значимость работы; 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; 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
Структурированность работы	2 – ВКР хорошо структурирована, изложение логично, доказательно, соответствует научному стилю; 1– ВКР имеет некоторые структурные недостатки, есть отклонения в логике изложения и стиле; 0 – ВКР плохо структурирована, изложение материала не соответствует научному стилю, нелогично
Глубина анализа полученных в ходе исследования результатов	2– ВКР отличается глубиной анализа, широким обзором научных источников (не менее 50), в т.ч. зарубежных, умением критически оценивать материал; 1 – анализ материала, проведенный в рамках ВКР, является недостаточно глубоким и критическим, в работе использовано от 30 до 49 первоисточников; 0 – анализ материала, проведенный в рамках ВКР, является неглубоким и не критическим, в работе использовано менее 30 первоисточников
Стиль и логика изложения	2– изложение ВКР логично, доказательно, соответствует научному стилю; 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 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 Учебно-методическое пособие по подготовке ВКР на кафедре связей с общественностью, рекламы и дизайна факультета журналистики ВГУ / А. А. Давтян, Р. В. Дыкин, Е. Ю. Красова, и др./ под ред. И. А. Щекиной. – Воронеж: факультет журналистики ВГУ, 2021. – 108 с.

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

а) основная литература:

№ п/п	Источник
1.	Учебно-методическое пособие по подготовке ВКР на кафедре связей с общественностью, рекламы и дизайна факультета журналистики ВГУ / А. А. Давтян, Р. В. Дыкин, Е. Ю. Красова, и др./ под ред. И. А. Щекиной. – Воронеж: факультет журналистики ВГУ, 2021. – 108 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.
3.	Шкляр М.Ф. Основы научных исследований: учеб. пособие / М.Ф.Шкляр. – М.: Дашков и К, 2019. – Режим доступа: https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=573356

б) дополнительная литература:

№ п/п	Источник
4.	Веб-квесты в проектной деятельности студентов коммуникационных направлений [Электронный ресурс] : учебно-методическое пособие / [А. А. Давтян и др.]; Воронеж. гос. ун-т. — Электрон. текстовые дан. — Воронеж : Факультет журналистики ВГУ, 2020. — Режим доступа: http://www.lib.vsu.ru/elib/texts/method/vsu/m20-118.pdf .
5.	Организация проектной деятельности : учебное пособие / Л.М. Тухбатуллина, Л.А. Сафина, В.В. Хамматова и др. – Казань : Казанский научно-исследовательский технологический университет (КНИТУ), 2018. – 100 с. Режим доступа: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=561106
6.	Реклама и связи с общественностью: Теория и практика/ под ред. Тулупова В.В. –

	Воронеж : Издательский дом ВГУ, 2015. – С.233-249.
7.	Чумиков А.Н. Темы, структура, рекомендации по написанию креативных (курсовых, дипломных) работ по курсу «связи с общественностью» / Режим доступа: http://www.pressclub.host.ru/prlib/prstudents

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

№ п/п	Ресурс
8.	ЭБС Университетская библиотека online. – Режим доступа: https://biblioclub.ru/
9.	ЭБС Лань. – Режим доступа: https://e.lanbook.com/
10.	Электронная библиотека ЗНБ ВГУ. – Режим доступа: https://lib.vsu.ru/
11.	Лаборатория рекламы, маркетинга и public relations. – Режим доступа: http://www.advlab.ru
12.	Маркетинг в России и за рубежом. – Режим доступа: http://www.dis.ru/market
13.	Образовательный портал ВГУ- Режим доступа: http://www.moodle.vsu.ru
14.	Энциклопедия брендов. – Режим доступа: https://www.brandpedia.ru
15.	История брендов. – Режим доступа: https://historybrands.jimdo.com

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

Программное обеспечение: WinPro 8 RUSUpgrdOLPNLAcDmc; OfficeSTD 2013 RUSOLPNLAcDmc; неисключительные права на ПО Dr. WebEnterpriseSecuritySuite, комплексная защита Dr. WebDesktopSecuritySuite + Центр управления на 12 месяцев, 1400 ПК (Продление). СПС «ГАРАНТ-Образование». Свободный доступ в интернет.

Платформа «Электронный университет ВГУ»: <https://edu.vsu.ru>

13.9. Материально-техническое обеспечение:

Аудитории для проведения процедуры защиты ВКР: ауд. 125 (Воронеж, ул. Хользунова, 40-а). Специализированная мебель, мультимедиа-проектор BenQ, экран настенный CS 244*244; ноутбук 15” PackardBellWinPro 8 RUS Upgrd OLP NL AcDmc, OfficeSTD 2013 RUS OLP NL AcDmc, Неисключительные права на ПО Dr. Web Enterprise Security Suite Комплексная защита Dr. Web Desktop Security Suite + Центр управления на 12 месяцев, 1400 ПК (Продление)

Аудитории для самостоятельной работы студентов. Используются компьютерные классы: ауд. 115 (Воронеж, ул. Хользунова, 40-а). Типовое оснащение, оборудование: мультимедиапроектор BenQ MX511; экран настенный CS 244*244; интерактивная доска Promethean, ПК (i5/4Gb/HDD 1Tb) (11 шт.); ауд. 126 (Воронеж, ул. Хользунова, 40-а). Типовое оснащение, оборудование: мультимедиапроектор BenQ MX511; ПК (Razer 5/4Gb/1Tb) (10 шт.); экран настенный CS 244*244, интерактивная доска Promethean.

14. Особенности проведения государственной итоговой аттестации для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья

Для обучающихся из числа инвалидов ГИА проводится Университетом с учетом особенностей их психофизического развития, их индивидуальных возможностей и состояния здоровья.

При проведении ГИА обеспечивается соблюдение следующих требований:

- проведение ГИА для инвалидов в одной аудитории совместно с обучающимися, не имеющими ограниченных возможностей здоровья, если это не создает трудностей для обучающихся при прохождении ГИА;
- присутствие в аудитории ассистента, оказывающего обучающимся инвалидам необходимую техническую помощь с учетом их индивидуальных особенностей (занять рабочее место, прочитать и оформить задание, передвигаться, общаться с членами комиссии);
- использование необходимых технических средств с учетом их индивидуальных особенностей;
- обеспечение возможности беспрепятственного доступа обучающихся в аудитории, туалетные и другие помещения, а также их пребывания в указанных помещениях (наличие пандусов, поручней, расширенных дверных проемов, лифтов,

подъемников, др. приспособлений.

По письменному заявлению обучающегося инвалида продолжительность сдачи обучающимся инвалидом государственного аттестационного испытания может быть увеличена по отношению к установленной продолжительности его сдачи:

продолжительность сдачи государственного экзамена, проводимого в письменной форме, - не более чем на 90 минут;

продолжительность подготовки обучающегося к ответу на государственном экзамене, проводимом в устной форме, - не более чем на 20 минут;

продолжительность выступления обучающегося при защите выпускной квалификационной работы - не более чем на 15 минут.

В зависимости от индивидуальных особенностей обучающихся с ограниченными возможностями здоровья организация обеспечивает выполнение следующих требований при проведении государственного аттестационного испытания:

а) для слепых:

задания и иные материалы для сдачи государственного аттестационного испытания оформляются рельефно-точечным шрифтом Брайля или в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением для слепых, либо зачитываются ассистентом;

письменные задания выполняются обучающимися на бумаге рельефно-точечным шрифтом Брайля или на компьютере со специализированным программным обеспечением для слепых, либо надиктовываются ассистенту;

при необходимости обучающимся предоставляется комплект письменных принадлежностей и бумага для письма рельефно-точечным шрифтом Брайля, компьютер со специализированным программным обеспечением для слепых;

б) для слабовидящих:

задания и иные материалы для сдачи государственного аттестационного испытания оформляются увеличенным шрифтом;

обеспечивается индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс;

при необходимости обучающимся предоставляется увеличивающее устройство, допускается использование увеличивающих устройств, имеющихся у обучающихся;

в) для глухих и слабослышащих, с тяжелыми нарушениями речи:

обеспечивается наличие звукоусиливающей аппаратуры коллективного пользования, при необходимости обучающимся предоставляется звукоусиливающая аппаратура индивидуального пользования;

по их желанию государственные аттестационные испытания проводятся в письменной форме;

г) для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата (тяжелыми нарушениями двигательных функций верхних конечностей или отсутствием верхних конечностей):

письменные задания выполняются обучающимися на компьютере со специализированным программным обеспечением или надиктовываются ассистенту;

по их желанию государственные аттестационные испытания проводятся в устной форме.

Обучающийся инвалид не позднее чем за 3 месяца до начала проведения государственной итоговой аттестации подает письменное заявление о необходимости создания для него специальных условий при проведении государственных аттестационных испытаний с указанием его индивидуальных особенностей. К заявлению прилагаются документы, подтверждающие наличие у обучающегося индивидуальных особенностей (при отсутствии указанных документов в организации).

В заявлении обучающийся указывает на необходимость (отсутствие необходимости) присутствия ассистента на государственном аттестационном испытании, необходимость (отсутствие необходимости) увеличения продолжительности сдачи государственного аттестационного испытания по отношению к установленной продолжительности (для каждого государственного аттестационного испытания).