

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

**«МОСКОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ТЕХНОЛОГИЙ И УПРАВЛЕНИЯ ИМЕНИ К.Г. РАЗУМОВСКОГО
(ПЕРВЫЙ КАЗАЧИЙ УНИВЕРСИТЕТ)»**



ПРОГРАММА ГОСУДАРСТВЕННОЙ ИТОГОВОЙ АТТЕСТАЦИИ

по направлению подготовки

42.04.01 «Реклама и связи с общественностью»

направленность (профиль) программы

«Индустрия рекламы и визуальных коммуникаций»

Уровень образования

Магистратура

форма обучения

очная

Программа подготовки: *академическая магистратура*

Виды профессиональной деятельности:

- *научно-исследовательская и педагогическая*
- *организационно-управленческая*
- *коммуникационная*

Москва 2018

**Программа государственной итоговой аттестации по направлению подготовки
42.04.01 «Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль) про-
граммы магистратуры «Индустрия рекламы и визуальные коммуникации»**
– М.: МГУТУ им. К.Г. Разумовского (ПКУ), 2018. – ___ с.

Разработчик(и):

Виноградова Н. С. – к. пол. наук, доцент, доцент, кафедры «Общественные процессы, средства массовой информации и рекламные технологии»,

Зотова А.С. – к. филолог. н., доцент кафедры «Общественные процессы, средства массовой информации и рекламные технологии»,

Моисеева О.А. – к. пед. н., доцент кафедры «Общественные процессы, средства массовой информации и рекламные технологии»,

Чернавский М. Ю.– доктор философских наук, профессор кафедры «Общественные процессы, средства массовой информации и рекламные технологии»

Руководитель основной профессиональной образовательной программы
к. пол.н., доцент кафедры «Общественные процессы, средства массовой информации и рекламные технологии»,

Н.С.Виноградова.

Заведующий кафедрой д. фил. н.,

(подпись)

М.Ю. Чернавский

(подпись)

Рецензент(ы):

Директор института
Социально – гуманитарных технологий
д. п. н., профессор

подпись

С.Е. Шишов

И.О. Фамилия

Рецензент(ы):

Доцент, к. пед. наук., доцент
Должность, ученая степень, ученое звание

подпись

Г.Н. Юлина

И.О. Фамилия

Рассмотрена на заседании кафедры и рекомендована к утверждению
(протокол от «__» _____ 2018 № _____).

Заведующий кафедрой д.ф.н., доцент _____ М.Ю. Чернавский

СОДЕРЖАНИЕ

I. Общие положения	4
1.1. Нормативные правовые документы и локальные акты	4
1.2. Цель и задачи государственной итоговой аттестации	4
1.3. Место государственной итоговой аттестации в структуре освоения ОПОП	5
II. Требования к результатам освоения ОПОП	6
III. Требования к выпускной квалификационной работе и порядку ее выполнения	9
3.1. Этапы и сроки подготовки и защиты выпускной квалификационной работы	9
3.2. Структура и содержание выпускной квалификационной работы	13
3.3. Оформление выпускной квалификационной работы	17
3.4. Защита выпускной квалификационной работы.....	22
3.5. Примерная тематика выпускных квалификационных работ.....	24
3.6. Основная и дополнительная литература, необходимая для выполнения	24
3.7. Содержание контактной и самостоятельной работы выпускной квалификационной работы.....	25
IV. Критерии оценки результатов защиты выпускной квалификационной работы	28
V. Порядок подачи и рассмотрения апелляции	34
VI. Описание материально-технической базы, необходимой для проведения государственной итоговой аттестации	35
VII. Средства адаптации образовательного процесса при проведении государственной итоговой аттестации к потребностям обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ)	37

I. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

1.1. Нормативные правовые документы и локальные акты

Программа государственной итоговой аттестации составлена в соответствии со следующими нормативными правовыми и локальными актами:

- Федеральный закон от 29.12.2012 г. № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»;

- Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования по направлению подготовки 42.03.01, утвержденный приказом Минобрнауки России от 8 апреля 2015 г. N 372 (далее - ФГОС ВО);

- Порядок организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры, утвержденный приказом Минобрнауки России от 05.04.2017 № 301;

- Порядок проведения государственной итоговой аттестации по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета и программам магистратуры, утвержденный приказом Минобрнауки России от 29.06.2015 г. № 636;

- Положение Университета о государственной итоговой аттестации по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета и программам магистратуры, утвержденное 19 января 2017 г. (Положение о ГИА);

- Методические рекомендации по выпускной квалификационной работе по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета и программам магистратуры, утвержденные 31 марта 2015 г. с последующими изменениями;

- Методические рекомендации по программе государственного экзамена по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета и программам магистратуры, утвержденные 31 марта 2015 г. с последующими изменениями;

- Регламент работы государственных экзаменационных комиссий по проведению государственной итоговой аттестации по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры в ФГБОУ ВО «МГУТУ им. К.Г. Разумовского (ПКУ)» от 19.01.2017 с последующими изменениями (далее – Регламент работы ГЭК);

- Регламент работы апелляционных комиссий (образовательные программы высшего образования, программы бакалавриата, программы специалитета, программы магистратуры) в ФГБОУ ВО «МГУТУ им. К.Г. Разумовского (ПКУ)» от 19.01.2017 с последующими изменениями (далее - Регламент работы апелляционных комиссий).

1.2. Цель и задачи государственной итоговой аттестации

Цель государственной итоговой аттестации (ГИА) – определение соответствия результатов освоения обучающимися основной профессиональной образовательной программы (ОПОП) соответствующим требованиям ФГОС ВО по направлению подготовки **42.04.01 «Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль) программы магистратуры «Индустрия рекламы и визуальные коммуникации»**

Задачи государственной итоговой аттестации:

- определить уровень сформированности общекультурных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций (в зависимости от выбранного вида профессиональной деятельности) у выпускника в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки **42.04.01 Реклама и связи с общественностью**, необходимых

для эффективного решения комплексных задач специалиста по связям с общественностью и рекламе в коммерческой сфере;

- систематизировать, закрепить и расширить теоретические знания и практические умения и навыки, полученные в результате освоения образовательной программы и применить их при решении конкретных прикладных задач;

- развить и закрепить навыки самостоятельной работы и овладения методологией исследования, анализа информации при выполнении выпускной квалификационной работы;

- достичь единства мировоззренческой, методологической и профессиональной подготовки выпускника, а также определенного уровня культуры;

- определить уровень готовности (способности) выпускника к выполнению профессиональных задач, в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки **42.04.01 Реклама и связи с общественностью**

1.3. Место государственной итоговой аттестации в структуре освоения ОПОП

Государственная итоговая аттестация является базовой частью третьего блока программы магистратуры по направлению подготовки **42.04.01 Реклама и связи с общественностью** и завершается присвоением квалификации – магистр. Государственная итоговая аттестация проводится в форме контактной работы и самостоятельной работы обучающихся. В соответствии с учебными планами по направлению подготовки **42.04.01 «Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль) программы магистратуры «Индустрия рекламы и визуальные коммуникации»**, государственная итоговая аттестация включает защиту выпускной квалификационной работы, включая подготовку к процедуре защиты и процедуру защиты 9 зачетных единиц, 324 часа, 6 недель.

Объем в зачетных единицах с указанием часов, выделенных на контактную работу с преподавателем и на самостоятельную работу студентов

ФОРМА ОБУЧЕНИЯ	КУРС	СЕМЕСТР	ТРУДОЕМКОСТЬ ДИСЦИПЛИНЫ (ЗЕТ/ЧАС.)	КОНТАКТНАЯ РАБОТА С ПРЕПОДАВАТЕЛЕМ (ЧАС.)	ИЗ НИХ:			ВРЕМЯ НА САМОСТОЯТЕЛЬНУЮ РАБОТУ (ЧАС.)	ИЗ НИХ:		
					Индивидуальные консультации	Написание отзыва	Рецензирование		теоретическая и эмпирическая работа	проектная и исследовательская работа	защита ВКР
очная	2	4	9 (324)	16	14	1	1	308	100	206	2

К государственной итоговой аттестации допускается обучающийся, не имеющий академической задолженности и в полном объеме выполнивший учебный план (индивидуальный учебный план).

II. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ОПОП

В связи с тем, что все общекультурные и общепрофессиональные компетенции, а также профессиональные компетенции, отнесенные к тем видам профессиональной деятельности, на которые ориентирована программа магистратуры, включаются в набор требуемых результатов освоения программы магистратура (п. 5.5. ФГОС ВО), на

государственную итоговую аттестацию выносятся оценка сформированности нижеперечисленных компетенций.

код	Формируемая компетенция	Содержание этапа формирования компетенции
ОК-1	Способность к абстрактному мышлению, анализу, синтезу	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основные мыслительные операции, сущность постановки и выбора цели; принципы, методы, технологии мониторинга внешнего окружения; - принципы, методы, технологии мониторинга внешнего окружения; - основы научной методологии; основные научные понятия и теории; основы историко-культурного развития человека и человечества; основные закономерности взаимодействия человека и общества; - современные теории и концепции поведения на различных уровнях организации основные научные понятия и теории; <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - понимать смысл, обобщать, систематизировать, интерпретировать и комментировать получаемую информацию; ставить цели и формулировать финансовые задачи, связанные с реализацией профессиональных функций; - давать оценку значимости различных проблем. - анализировать социально и личностно значимые научные проблемы; ставить цели и формулировать финансовые задачи, связанные с реализацией профессиональных функций; - осуществлять анализ и разработку стратегии организации на основе современных методов и передовых научных достижений <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - методами и технологиями получения, систематизации, использования и обновления гуманитарных, социальных и экономических знаний из различных источников. - методом анализа. - основными общенаучными и логическими методами получения и использования гуманитарных, социальных и экономических знаний. - различными методами научного анализа и технологиями получения, систематизации полученной информации; и мониторинга внешнего окружения.
ОК-2	Готовность действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - понятия организационно-управленческих решений, их систематизации и типологии; общий процесс принятия организационно-управленческих решений; - принципы и методы принятия организационно-управленческих решений; системный комплекс компетенций субъекта, принимающего организационно-управленческие решения; - способы принятия организационно-управленческих решений в стандартных и нестандартных ситуациях, какая ответственность наступает при их принятии; - формы и стимулирующие механизмы ответственности за принятые организационно-управленческие решения в различных, в том числе и в нестандартных, ситуациях; - правовое обеспечение деятельности в сфере. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - анализировать стандартные и нестандартные ситуации при принятии организационно-управленческих решений и свою ответственность; - понимать и обосновывать этическую норму; - действовать в нестандартных ситуациях и нести социальную и этическую ответственность за принятые решения; - формировать необходимую информационную базу, мотивацию и нести ответственность за принятые организационно-управленческие решения, в том числе в нестандартных ситуациях;

		<p>- использовать законодательные, нормативные и методические документы в процессе принятия организационно-управленческих решений.</p> <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - приемами анализа факторов и предпосылок, влияющих на принятие организационно-управленческих решений; - навыками принятия организационно-управленческих решений; приемами самоорганизации и самомотивации к принятию организационно-управленческих решений; - основами исторического, социально-политического и экологического мышления для понимания последствий управленческих решений; - методами обеспечения надежности информации для принятия решений; методами диагностика компетенций субъекта принятия организационно-управленческих решений с использованием различных оценочных средств; - способностью нести социальную и этическую ответственность за принятые решения; - методами анализа нестандартных ситуации при принятии организационно-управленческих решений.
ОК-3	<p>Готовность к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основные закономерности взаимодействия человека и общества; основные закономерности взаимодействия общества и природы; - содержание процессов целеполагания, коррекции и оценивания собственной деятельности и поведения; - принципы планирования личного времени, основы прогностического планирования; - характеристики, механизмы и методы самообучения, саморазвития и самореализации личности; - понятие и методы самоанализа, принципы нравственной и морально-этической самооценки. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - формулировать цели и устанавливать приоритеты личностного и профессионального развития, с учетом условий, средств, личностных возможностей и временной перспективы достижения, исходя из целей развития в области профессиональной деятельности; - применять методы и средства познания и самостоятельно овладевать знаниями и навыками их применения для интеллектуального развития, повышения культурного уровня и профессиональной компетентности; - намечать пути и выбирать средства развития достоинств и устранения недостатков, давать правильную самооценку; успешно проводить самоанализ; <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками самоорганизации и саморазвития; технологиями организации процесса самообразования; основными способами самовоспитания; приемами и технологиями оценки результатов деятельности; приемами саморегуляции эмоциональных и функциональных состояний при выполнении профессиональной деятельности; - способностью к самоанализу и самоконтролю, к самообразованию и самосовершенствованию, к поиску и реализации новых, эффективных форм организации своей деятельности; - навыками повышения своего мастерства в выполнении профессиональной деятельности и квалификации в соответствии с актуальными тенденциями в области профессиональных знаний; - навыками самостоятельной, творческой работы, умением организовать свой труд.
ОК-4	<p>Способность к самостоятель-</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - методы познания, обучения и самоконтроля; методики самостоятельной

	<p>ному обучению новым методам исследования, к изменению научно-производственного профиля своей профессиональной деятельности</p>	<p>работы по обучению новым методам исследования;</p> <ul style="list-style-type: none"> - принципы научной работы с информацией. - основные научные понятия и проблемы, существующие в своей профессиональной деятельности; основные результаты новейших исследований по проблемам рекламы и PR; - влияние общественно-политических, экономических, социокультурных и социальных условий на профессиональную деятельность. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - собирать, анализировать, адекватно воспринимать и обобщать научную информацию; самостоятельно анализировать научные проблемы в своей профессиональной деятельности; - выбирать новые методы исследования, изучать их, определяя их возможное применение в профессиональной деятельности; - выявлять перспективные направления научных исследований, обосновывать актуальность, теоретическую и практическую значимость исследуемой проблемы, формулировать гипотезы; - определять возможные направления изменения общественно-политических, экономических, социокультурных и социальных условий с целью повышения эффективности научно-производственной деятельности; - применять полученные знания при решении теоретических вопросов в профессиональной сфере деятельности. <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - владеет стандартными методиками поиска и обработки материалов исследования; методиками анализа своей научной деятельности; культурой научного мышления; - методологией и методикой проведения научных исследований; методиками осуществления проектной деятельности в профессиональной сфере на основе научного подхода; навыками самостоятельной научной и исследовательской работы. - навыками использования полученных в ходе исследования результатов.
ОК-5	<p>Способность свободно пользоваться иностранными языками как средством делового общения</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - нормы устной и письменной речи на иностранном языке; правила чтения иностранных слов, не менее 4000 лексических единиц, грамматические правила и модели, основные способы иностранного словообразования; особенности интонационного оформления высказываний разного типа; - правила и принципы оформления научных и официально-деловых текстов в сфере профессиональной деятельности на иностранном языке; правила делового этикета на иностранном языке; - принципы выделения и использования функциональных стилей, правила подготовки и произнесения публичных речей на иностранном языке, принципы ведения дискуссии и полемики на иностранном языке. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - логически верно, аргументированно, ясно строить устную и письменную речь на иностранном языке и вести полемику; - самостоятельно читать оригинальную литературу средней степени сложности по специальности и быстро извлекать из нее необходимую информацию; - дать развернутое сообщение на иностранном языке, запросить информацию, высказать свое мнение на иностранном языке, привести аргументы. <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - грамотной письменной и устной речью на иностранном языке; приемами и методами перевода текста по специальности; - приемами дискуссии по профессиональной и научной тематике на иностранном языке; - навыками реферирования и аннотирования текстов на иностранном языке.

		ке.
ОК-6	Способность воспринимать различия этнических особенностей, традиций и культур, самостоятельно работать в кросс-культурном пространстве и на международном уровне	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - понятия «сотрудничество», «работа в команде», «дисциплинированность», «кооперация с коллегами в коллективе»; - социально-психологические особенности коллективного взаимодействия; методы диагностики внутриколлективной сплоченности и способы ее повышения; - дефиницию понятий «этнос», «нация», сущность национализма; соотношение национализма, шовинизма, тоталитаризма; - особенности социальных, этнических, конфессиональных, культурных различий, встречающихся среди членов коллектива; - этические нормы общения с коллегами и партнерами; международные принципы толерантности и нормы корпоративной этики и корректного поведения; - причины, предпосылки и факторы межэтнических конфликтов; стадии развития межэтнического конфликта и методы их предотвращения. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - использовать инструментальные средства, методы и современные технологии межличностной и межгрупповой коммуникации, владеть международными нормами межличностного и коллективного общения; - анализировать и координировать деятельность трудового коллектива; устанавливать конструктивные отношения в коллективе, работать в команде на общий результат; - организовывать внутригрупповое взаимодействие с учетом социально-культурных особенностей, этнических и конфессиональных различий отдельных членов группы; - распознавать предпосылки и поводы межэтнических конфликтов, проявлений национализма и шовинизма; - применять способы урегулирования и предотвращения конфликтов. <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками толерантного и политкорректного поведения в кросс-культурном пространстве, в том числе на международном уровне; - методологией конфликто разрешения, способами разрешения противоречий и конфликтных ситуаций; - технологиями эффективной деловой коммуникации <i>в профессиональной среде</i>; анализа и координации деятельности трудового коллектива.
ОПК-1	Способность руководить осуществлением профессиональных функций в области рекламы и связей с общественностью в государственных, общественных, коммерческих структурах, средствах массовой информации, в социальной сфере, сфере политики, экономики,	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - принципы и основы стратегического развития сферы рекламы и PR; - типологию, принципы и технологии создания рекламного продукта и продукта в сфере PR; - принципы взаимодействия организации и общества, общества и СМИ; - основы социальной психологии, психологии межличностных отношений, психологии больших и малых групп; - законы планирования, управления и оценки в краткосрочной и долгосрочной перспективе. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - использовать законы планирования и управления на уровне применения значительного объема теоретических знаний в профессиональной сфере, работать в различных сложных условиях, в различных коллективах; - создавать оптимальные условия для профессиональной деятельности; грамотно строить коммуникацию в повседневных и конфликтных ситуациях; - осуществлять мониторинг СМИ, социологические и маркетинговые исследования для грамотного прогнозирования деятельности коллектива и организации; - оценивать качество материалов для создания рекламного и PR-продукта;

	<p>производства, торговли, науки, культуры, спорта</p>	<ul style="list-style-type: none"> - оценивать принимаемые управленческие решения с правовых, морально-этических и нравственных позиций. <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - технологиями создания рекламного продукта, PR-продвижения, а также формирования общественного мнения в государственных, общественных, коммерческих структурах, средствах массовой информации, в социальной сфере, сфере политики, экономики, производства, торговли, науки, культуры, спорта; - навыками организации, планирования и управления работой отдела по СО, отдела рекламы, СМИ в любой социальной сфере в различных условиях и с различными производственными задачами на уровне, достаточном для решения сложных производственно-управленческих задач; - методиками мониторинга, SWAT-анализа, контент-анализа, а также использования результатов для прогностического и стратегического планирования работы; - вычленять главные факторы, влияющие на успешность социального взаимодействия в стандартных и нестандартных ситуациях, адекватно оценивать последствия выбранной стратегии.
ОПК-2	<p>Способность планировать и осуществлять коммуникационные кампании и мероприятия</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - структуру, принципы организации, а также формы и методы работы пресс- службы, пресс- центра, отдела по СО и рекламы; - принципы выстраивания взаимовыгодных, гармоничных отношений между организацией и общественностью; - типологию существующих на рынке современных СМИ, специфику их деятельности принципы взаимодействия организации со СМИ; - роль и возможности практического использования PR в различных сферах человеческой деятельности: в экономике, политике, культуре, спорте и других сферах; - типологию, принципы и технологии создания коммуникационных кампаний с разными целями (продвижения бренда и продукта организации, формирования общественного мнения, формирования имиджа и пр.). <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - выстраивать взаимоотношения организации с государственными, общественными, коммерческими организациями, средствами массовой информации; - обеспечивать полноту и оперативность информации о деятельности представляемой организации; - создавать оптимальные условия для работы журналистов, управлять созданием материалов для прессы; - управлять общественным мнением и формировать имидж организации в информационном пространстве; - осуществлять регулярный мониторинг существующих средств массовой информации, адекватно реагировать на информационные потоки; - анализировать возможные PR-ситуации, моделируя ту или иную коммуникационную кампанию с ее эффективными средствами и методами. <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками организации работы пресс-службы, пресс- центра, отдела по СО и рекламы с целью формирования информационного пространства и публичного капитала организации; - творческими технологиями для поиска идеи и планирования эффективной коммуникационной кампании; методиками планирования, проведения и оценки коммуникационной кампании или мероприятия; - основными технологиями создания и внедрения образа объекта (идеи, товара, услуги, персоналии, организации, бренда) в ценностный ряд социальной группы с целью закрепления этого образа как идеального и необходимого в жизни;

		<ul style="list-style-type: none"> - технологиями формирования общественного мнения о товаре, человеке, компании, событии; - методиками мониторинга СМИ, проведения SWAT- анализа, контент-анализа для оценки эффективности коммуникационной кампании; - умением представлять результаты собственных исследований в виде аналитических докладов, речей и мультимедиапрезентаций.
ОПК-3	Владение корректной устной и письменной речью в рамках профессиональной тематики на русском и иностранных языках	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основные правила грамматики и нормы стилистики русского и иностранного языков; - знать базовую лексику общего языка, лексику, представляющую нейтральный научный стиль, а также основную терминологию своей широкой и узкой специальности на русском и иностранном языке; - принципы использования различных функциональных стилей и жанров для создания текста в зависимости от целеполагания; - основные правила и приемы копирайтинга; - основные приемы литературного редактирования текста; - правила подготовки текста к профессиональному использованию. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - создавать различные виды профессиональных текстов и работать с ними; - использовать возможности функциональных стилей в процессе составления и редактирования документов в сфере профессиональной деятельности; - редактировать тексты в соответствии с законами копирайтинга. - активно владеть наиболее употребительной (базовой) грамматикой и синтаксическими конструкциями, характерными для профессиональной речи; понимать устную (монологическую и диалогическую) речь на иностранном языке на профессиональные и специальные темы; - знать базовую лексику общего языка, лексику, представляющую нейтральный научный стиль, а также основную терминологию своей широкой и узкой специальности на русском и иностранном языках. <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - свободно грамотной литературной устной и письменной речью на русском языке; - навыками литературного редактирования и копирайтинга; - навыками создания профессиональных и официально-деловых текстов в сфере рекламы и PR на русском и иностранном языках; - деловой коммуникацией в профессиональной сфере на русском и иностранном языках.
ОПК-4	Способность вести диалог, переписку, переговоры на иностранном языке в рамках уровня поставленных задач для решения профессиональных вопросов	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - языковые средства (лексические, грамматические, фонетические), на основе которых совершенствуются базовые умения говорения, аудирования, чтения и письма (не менее 2500 лексических единиц, из них не менее 1200 активно); знание грамматической и синтаксической структуры языка; - требования к речевому и языковому оформлению устных и письменных текстов с учетом специфики иноязычной культуры; - знания, необходимые для использования языка в социальном контексте (речевой этикет, формулы вежливости, обращения, регистры общения); - знать лексику, представляющую нейтральный научный стиль, а также основную терминологию своей широкой и узкой специальности. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - понимать устную (монологическую и диалогическую) речь на бытовые и профессиональные темы; - понимать в подробностях нормативную речь в устной и письменной формах в рамках знакомой профессиональной тематики; - принимать активное участие в обсуждениях или переписке на профес-

		сиональную тему, самостоятельно понимая собеседника, иногда уточняя отдельные детали.
		<p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - активно владеть наиболее употребительной (базовой) грамматикой и основными грамматическими явлениями, характерными для профессиональной речи; - способностью передавать профессиональную информацию в устной и письменной формах как по конкретной, так и по абстрактной тематике, ясно и четко выражая мысль, успешно приспосабливаясь к адресату сообщения; - стратегиями обмена информацией на темы из области профессиональных интересов в устной и письменной формах.
ОПК-5	Владение техниками установления профессиональных контактов и развития профессионального общения, в том числе на иностранных языках	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - теоретические основы и психологические особенности делового общения, в том числе на иностранных языках; - деловую и речевую культуру России и зарубежных стран; - основы этики, психологии, теории межличностных отношений; - нравственные нормы, существующие в обществе; - этические принципы профессиональной деятельности; - нормы профессионального этикета. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - использовать в практической деятельности знания в области этики межличностных отношений; - применять принципы эмоциональной саморегуляции; - вести деловое общение в интернациональной среде. <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками решения профессиональных задач с учётом этических аспектов в процессе общения, в том числе на иностранных языках; - этикой межличностных отношений и эмоциональной саморегуляции; - способностью использовать особенности местной деловой культуры зарубежных стран в деловом общении.
ОПК-6	Владение методами делового общения в интернациональной среде, способностью использовать особенности местной деловой культуры зарубежных стран	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - специфику различных (этнических и национальных) культур; - основные проблемы взаимодействия в многоэтнических и интернациональных группах; - особенности деловой культуры зарубежных стран. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - адаптироваться к условиям работы в составе многоэтнических и интернациональных групп; - соблюдать этику межличностных отношений и работы в коллективе, деловой и речевой этикет. <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками работы в многоэтнических и интернациональных группах; - деловой культурой зарубежных стран.
ОПК-7	Способность самостоятельно приобретать с помощью информационных технологий и использовать в практической деятельности новые знания и умения, в том числе в новых областях зна-	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - теоретические основы информатики и информационных технологий; - методы и способы поиска, получения, хранения, переработки информации; - современные компьютерные технологии и программное обеспечение, применяемые при сборе, хранении, обработке, анализе информации; - основные прикладные программы, устанавливаемые на ПК; - структуру локальных и глобальных компьютерных сетей; принципы функционирования современных глобальных компьютерных сетей; - основы электронного документооборота; технологии и нормативные основы работы с электронными документами; - принципы информационной безопасности, основные угрозы информационной безопасности, методы защиты информации при работе с ПК; ме-

	ний, непосредственно не связанных со сферой деятельности	<p>тоды и критерии оценки эффективности мероприятий по защите информации.</p> <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - работать с графической оболочкой ОС Windows; создавать и редактировать документы различного уровня сложности в редакторе MS Word; создавать электронные таблицы Microsoft Excel; создавать презентации в среде Microsoft Power Point; создавать базы данных с помощью СУБД MS Access; - выбирать и применять адекватные информационные технологии для решения задач профессиональной деятельности; - осуществлять поиск информации профессионального характера по полученному заданию, сбор, анализ данных, необходимых для решения поставленных задач; - преобразовывать данные из одного формата в другой и создавать комплексные документы с использованием различных приложений; - внедрять современные интернет-технологии в профессиональную деятельность; - планировать мероприятия по защите информации, исходя из известных угроз и финансовых возможностей предприятия, рассчитывать эффективность мероприятий по защите информации; - самостоятельно приобретать с новые знания с использованием современных образовательных информационных технологий. <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками практического использования современных информационно-коммуникационных технологий; способностью работать в глобальных компьютерных сетях; - профессиональными навыками в применении программных средств составления, хранения, маршрутизации электронных документов в среде системы управления документооборотом; - навыками работы в сети Интернет, борьбы с компьютерными вирусами; - навыками постановки дизайнерской задачи и ее практического решения при различных условиях, творческих и технических требованиях; - навыками создания и продвижения web-сайтов, осуществления профессиональной деятельности с использованием блогов и социальных сетей.
ОПК-8	Готовность на практике защитить свои законные права, в том числе права личности, при уважении к соответствующим правам других в многоэтническом и интернациональном окружении	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - форму правления, государственного устройства и политического режима в РФ и в зарубежных странах; - основные понятия и категории конституционного права; основы конституционного строя России и зарубежных стран, модели важнейших институтов конституционного права, современные тенденции развития конституционного процесса России и зарубежных стран; - особенности формы, структуры и содержания законодательства РФ; - предмет, методы регулирования, механизм реализации законодательства в профессиональной сфере (реклама, связи с общественностью, СМИ) России; - особенности законодательства в профессиональной сфере в зарубежных странах; - основы правового положения граждан в РФ и в зарубежных странах; <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - оперировать юридическими понятиями и категориями; - уметь определять правовое содержание конституционных прав и свобод человека и гражданина, практически применять правовые механизмы охраны и защиты таких прав и свобод; - самостоятельно ориентироваться в конституционном законодательстве России и зарубежных стран; - осуществлять комплексный сравнительно-правовой анализ нормативных правовых актов России и зарубежных стран;

		<ul style="list-style-type: none"> - анализировать юридические факты и возникающие в связи с ними правовые отношения в профессиональной сфере; - юридически грамотно квалифицировать факты и обстоятельства профессиональной деятельности. <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - юридической терминологией; - навыками анализа различных правовых явлений, юридических фактов, правовых норм и правовых отношений в профессиональной сфере; - способностью реализовывать на практике свои законные права, в том числе права личности при уважении к правам других.
ОПК-9	Способность нести персональную ответственность за результаты своей профессиональной деятельности	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - ценностные основы профессиональной деятельности; правовые нормы реализации профессиональной деятельности; сущности и структуры профессиональной сферы; - основы профессиональной этики и общественной морали. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - оценивать принимаемые управленческие решения с правовых и нравственных позиций; - осуществлять самоанализ своей профессиональной деятельности, добиваться поставленных целей; - определять и развивать мотивацию и самомотивацию к профессиональному росту. <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками профессиональной рефлексии, профессионального самосовершенствования; - навыками оценки собственных решений с морально-этической и правовой точки зрения.
		<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - роль и возможности практического использования PR в различных сферах человеческой деятельности: в экономике, политике, культуре и спорте и др.; - принципы, технологии и правила, проектирования и создания рекламы и работы в сфере связей с общественностью (в том числе композицию рекламного или PR-продукта, выразительные и художественные средства рекламы, приемы и принципы составления рекламного текста; технические и программные средства для компьютерной обработки рекламы); - основы формирования имиджа организации, персоны, сферы; основные технологии продвижения товаров и услуг на рынок; - основы, принципы и формы организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы и организации; - основы медиапланирования, а также стратегического и оперативного планирования рекламной работы и деятельности по связям с общественностью; - психологический механизм воздействия рекламы и экономические показатели рекламной кампании; методики оценки эффективности рекламной деятельности и деятельности по связям с общественностью. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - проводить исследование предпочтений целевых групп потребителей, анализировать результаты исследований; - осуществлять поиск различных решений при создании и продвижении рекламного продукта/бренда/имиджа организации или персоны; - анализировать возможные PR-ситуации, моделируя ту или иную PR-кампанию с ее эффективными средствами и методами; - составлять планы и графики рекламных, информационных, пропагандистских кампаний и мероприятий, разрабатывать техническое исполнение; - работать в кризисных ситуациях, адаптироваться в условиях стресса, обладая для этого определенными профессиональными PR-
ПК-1	Способность управлять процессами стратегического планирования, подготовки, творческой проработки и реализации коммуникационных программ и мероприятий, обеспечивать их качество и эффективность	

		<p>навыками (изучив возможные модели кризисных PR); - оценивать результаты и эффективность PR-деятельности.</p> <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - творческими технологиями для поиска идеи и планирования эффективной PR-кампании; - навыками сбора, анализа и интерпретации информации для принятия стратегических решений, работы в кризисных PR, а также планирования и проведения PR-кампании; - навыками управления и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы и организации; - навыком разработки средств продвижения рекламного продукта или организации; навыками взаимодействия с субъектами рекламной деятельности и общественностью; - навыком разработки маркетинговой части бизнес-плана; - навыком выявления требований целевых групп потребителей, а также методиками оценки эффективности рекламной кампании и мероприятий в сфере СО.
ПК-2	Способность осуществлять корректировку и контроль коммуникационных программ и мероприятий	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - закономерности функционирования отдела по связям с общественностью на предприятиях, принципы организации и планирования деятельности структуры по рекламе и связям с общественностью; основы тайм-менеджмента; - культурологические, социальные и психологические аспекты кросс-культурных коммуникаций; основы планирования и проведения коммуникационных кампаний и мероприятий с учетом национальной и культурной специфики; - этапы планирования коммуникационных кампаний с учетом специфики источника коммуникации (рекламодателя) и специализацией коммуникационной кампании (РА, рекламной службой предприятия); - методы осуществления коммуникационных кампаний с учетом использования разных средств рекламы и СО; особенности развития и перераспределения коммуникационных потоков в различных сферах; алгоритмы практического применения методов, технологий и инструментов анализа, планирования и реализации кампаний по рекламе и СО; - инструменты и технологии СО и рекламы в планировании и осуществлении коммуникационных кампаний и мероприятий в различных сферах общественной жизни; - способы расчета сроков проведения кампании и мероприятий, графика выхода материалов (медиапланирование). <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - разрабатывать концепции коммуникационных программ в соответствии со спецификой различных сфер общественной жизни; - составлять план и организовывать коммуникационные кампании и мероприятия с учетом национальной и культурной специфики; - формировать и прорабатывать этапы плана коммуникационных кампаний; - осуществлять рациональный выбор технологий СО и рекламы применительно к различным сферам общественной жизни и отраслям производства при планировании и осуществлении коммуникационных кампаний и мероприятий; - применять организационные и руководящие навыки в процессе осуществления коммуникационной кампании различных направлений; - руководить процессом медиапланирования. <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками формирования плана коммуникационной кампании с учетом бюджета, пожеланий заказчика, специфики целевой аудитории, технологий производства рекламных и СО- материалов;

		<ul style="list-style-type: none"> - навыками организации и проведения коммуникационных кампаний в различных отраслях с учетом культурных, социальных и психологических особенностей регионов, в которых они реализуются; - навыками межличностного общения в профессиональной среде, составления деловой документации исходя из специфики организуемой коммуникационной кампании и мероприятия.
ПК-3	Способность разрабатывать стратегические концепции и бизнес-планы проектов, осуществлять руководство проектной деятельностью	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - теоретико-методологические основы построения эффективного взаимодействия субъектов социальной среды; - теорию планирования, управления и контроля производственных процессов и информационных потоков; назначение, характер, содержание, технологические приемы и особенности отечественного бизнес-планирования; - алгоритмы практического применения методов, технологий и инструментов анализа, планирования и реализации кампаний по рекламе и СО; - специфику и проблематику креатива в рекламе и СО; основы организации и управления процессом коллективного и индивидуального поиска идеи; современные методы генерирования идеи рекламы и СО и средства креативного поиска идеи; - типы проектной документации, их жанровые, композиционные и стилистические особенности; основные требования составления проектной документации; - методы оценки эффективности кампаний по рекламе и СО; специфику проведения коммуникационных кампаний. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - вычленять социальные факторы коммуникации; осуществлять взаимодействие с различными учреждениями, организациями и службами; - анализировать рыночные изменения, события, делать выводы и разрабатывать стратегические планы; прогнозировать бизнес-процессы в сфере профессиональной деятельности; - выбирать и применять методы генерирования идеи и средства креативного поиска для управления коллективным и личностным творческим процессом; - самостоятельно ставить задачи поиска идеи и разработки концепции коммуникационной кампании; - ориентироваться в современной документации и выстраивать план проектной документации. - оценивать эффективность коммуникационных кампаний и мероприятий и вносить корректировки в процессе их реализации. <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками формирования эффективных внутренних коммуникаций, тактиками личностной и коллективной коммуникации; способностью к выработке нестандартных решений; - навыками использования методов генерации идеи и средств креативного поиска в процессе коллективного и личностного творческого процесса; опытом формирования стратегий и творческой проработки коммуникационных кампаний и мероприятий; - навыками подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт) на основе маркетинговых исследований и оценки внутренних ресурсов организации для эффективного управления бизнес-проектами; - правовыми и этическими нормами при составлении проектной документации; - навыками оценки эффективности коммуникационных программ и мероприятий.

ПК-4	Способность управлять деятельностью коллектива, планировать его работу, обеспечивать ее эффективность	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - принципы создания эффективной команды и подбора специалистов; средства активизации и оптимизации деятельности персонала рекламной и PR-службы; - основы репутационного менеджмента; стили руководства коллективной деятельностью; принципы, специфику и проблематику управления творческим процессом; - теорию планирования, управления и контроля производственных процессов и информационных потоков; принципы стратегического и тактического планирования деятельности рекламной и PR-службы организации; - средства контроля, обеспечения качества и повышения эффективности коллективной деятельности в рамках проекта; принципы и критерии оценки эффективности работы рекламной и PR-службы организации. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - идентифицировать и формулировать проблемы функционирования организации; синтезировать и критически резюмировать информацию для принятия управленческих решений, в том числе в оперативном режиме в ситуациях риска; - организационно и информационно поддерживать функционирование систем управления; управлять творческим коллективом; планировать и активизировать деятельность персонала рекламной и PR-службы; - выбирать оптимальные формы организации бизнеса, находить источники повышения конкурентоспособности; осуществлять руководство коммуникационными кампаниями различного направления; - оценивать результаты и эффективность работы персонала рекламной и PR-службы. <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - умением осуществлять функции руководителя, организатора, инициатора новых идей; навыками ведения проектов, управления действиями членов проекта - методиками анализа информации в целях экономического обоснования управленческих решений; навыками экспертной оценки и стратегического планирования; аналитическими методиками в целях оптимизации работы персонала; - навыками активизировать, оптимизировать и катализировать деятельность коллектива в рамках проекта с целью повышения эффективности его работы.
ПК-5	Способность работать с персоналом, оценивать производительность и качество его труда, устранять конфликты, обеспечивать сплоченность коллектива, толерантность	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основы социальной психологии, психологии межличностных отношений, психологии больших и малых групп; - основные проблемы взаимодействия в многоэтнических и интернациональных группах; - виды и субъективные причины конфликтов; стили управления конфликтом; методы предупреждения и профилактики конфликтов; подходы к выработке нестандартных решений; - принципы управления персоналом организации; основы репутационного менеджмента; принципы оценки эффективности работы коллектива коммуникационного агентства. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - управлять процессами, малыми группами, формировать корпоративную культуру в коллективе; - формировать социальную ответственность в коллективе; оперативно принимать организационно-управленческие решения, в том числе в кризисных ситуациях; - соблюдать этику межличностных отношений и работы в коллективе, деловой и речевой этикет; - распознавать конфликтные ситуации в коллективе; работать с персона-

		<p>лом в целях предупреждения конфликтов; разрешать проблемы, приводящие к конфликтам;</p> <ul style="list-style-type: none"> - грамотно строить коммуникацию в конфликтных ситуациях; устранять конфликты, не являющиеся по природе разрушительными; вырабатывать нестандартные решения в области трудовых конфликтов; - оценивать производительность и качество работы персонала и предпринимать корректирующие меры. <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками ведения проектов; умением осуществлять функции руководителя, организатора, инициатора новых идей; - навыком вычленять главные факторы, влияющие на успешность социального взаимодействия в нестандартных ситуациях, адекватно оценивать последствия выбранной стратегии; - навыками работы в многоэтнических и интернациональных группах; навыками своевременного распознавания и устранения конфликтных ситуаций; - методами и приемами осуществления профилактики трудовых, межэтнических, межконфессиональных и пр. конфликтов; различными методами предупреждения и разрешения конфликтов внутри коллектива; - способами выработки нестандартных решений; приемами воспитания толерантности в коллективе.
ПК-6	Способность самостоятельно принимать управленческие решения и нести за них ответственность	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - принципы формирования рекламной и PR-службы и их отдельных подразделений; технологии управления рекламной и PR-службы, принципы стратегического и тактического планирования; - понятие, функции, способы функционирования и типы корпоративной культуры; технологии формирования корпоративной культуры; принципы создания, цели и задачи корпоративных СМИ; - методологические, юридические и этические основы принятия организационно-управленческих решений; - основные подходы, принципы и методы принятия организационно-управленческих решений в условиях различного рода неопределенности и риска, в том числе для кризисных ситуаций, меру ответственности при их принятии. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - самостоятельно проводить анализ конкурентной среды рекламной и PR-службы; применять конкретные юридические, этические и управленческие знания и умения в конкретной ситуации; - создавать эффективную коммуникационную инфраструктуру организации; формировать и поддерживать корпоративную культуру; исследовать сложившуюся корпоративную культуру и разрабатывать способы ее преобразования; - аргументировать свою позицию в ходе деловых переговоров, устанавливать деловые отношения, проводить деловые переговоры, осуществлять взаимодействие с различными учреждениями, организациями и службами; - своевременно и быстро принимать управленческие решения в состоянии стресса и ограниченного времени, нести ответственность за управленческие решения в процессе работы; - переоценивать накопленный опыт и принимать нестандартные решения. <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - умением осуществлять функции руководителя, организатора, инициатора новых идей; навыком эффективной презентации своего проекта и разрабатываемого под его руководством проекта; - навыками экспертной оценки и стратегического планирования; навыками организации эффективной внутренней и внешней коммуникации, в том числе с государственными учреждениями, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации;

		<p>навыками использования инструментария при выборе технологии социального воздействия с учетом конкретных условий ее осуществления;</p> <ul style="list-style-type: none"> - проводить анализ проблемы выбора наилучшего решения и применять соответствующие методы анализа, синтеза и выбора наилучших альтернатив. - навыками формулирования управленческой задачи, различными методами выработки управленческих решений при работе в коммуникационном агентстве; способами осуществления принятых в рекламной и PR-службе управленческих решений; - методами исследования системы внешних и внутренних коммуникаций; способами диагностики типа корпоративной культуры; методами формирования и поддержания корпоративной культуры.
ПК-7	Способность разрабатывать эффективную стратегию и формировать политику риск-менеджмента на предприятии, оперативно принимать решения в кризисных ситуациях	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основы консалтинга, прогнозирования, теорию и виды рисков, методы их прогнозирования и обнаружения; - задачи и методы управленческого консультирования в рекламе и связях с общественностью; методы оценки результативности консультирования, направленного на помощь и организацию формирования политики риск-менеджмента в рекламе и связях с общественностью; - экономические, юридические и этические особенности организационно-управленческих решений, в том числе для кризисных ситуаций, меру ответственности при их принятии. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - анализировать коммуникационные аспекты и процессы деятельности организации в выбранной сфере; анализировать результаты и давать оценку эффективности кампаний и мероприятий; - грамотно описывать ситуации стратегического или тактического развития бренда в условиях конкурентной борьбы и неопределенности. - использовать законодательные, нормативные и методические документы в процессе принятия организационно-управленческих решений; - консультировать по вопросам прогнозирования и предотвращения рисков и оказывать помощь в разработке эффективных стратегий и политики риск-менеджмента в управлении коммуникационным агентством. <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - методами анализа кризисных ситуаций и нестандартных решений; - навыками решения проблем в кризисных ситуациях в процессе управления коммуникационным агентством и осуществления коммуникационного проекта; - опытом выявления рисков разной степени сложности в различных рыночных ситуациях; - навыками организационно-управленческой работы в коммуникационном процессе, в том числе в кризисных ситуациях;
ПК-8	Способность оценивать затраты и результаты деятельности	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основные характеристики и специфические отличия методов сбора информации; принципы отбора и упорядочения собранных материалов путем их систематизации; - теорию планирования, управления и контроля производственных процессов и информационных потоков; - теоретические основы оценки затрат и результатов работы фирмы; - основные методы оценки затрат и результативности осуществления коммуникационной кампании с точки зрения ее вклада в эффективность деятельности организации. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - задавать параметры наблюдения, опроса и анкетирования; четко определять проблему, формировать цели и задачи маркетингового эксперимента, его объект и предмет; - планировать финансовые потоки, рассчитывать затраты и составлять смету расходов на осуществление коммуникационной кампании и меро-

		<p>приятый;</p> <ul style="list-style-type: none"> - оценивать эффективность реализации коммуникационной кампании и мероприятий; - находить новые источники повышения конкурентоспособности и пути решения проблемы ресурсного потенциала предприятия; - применять полученные знания в стандартных ситуациях. <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - средствами, формами и технологиями аналитического исследования и статистической обработки данных; навыками оценки информации и подготовки принятия решений по законам диалектики, формальной логики, с применением общенаучных методов исследования; - навыками составления бюджета коммуникационной кампании и соотнесения его с финансовыми возможностями организации; - методами оценки затрат и эффективности коммуникационных программ и мероприятий.
ПК-9	Способность к выработке нестандартных решений	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - особенности и виды нестандартных ситуаций; - основные теоретические подходы и практические приемы по выработке нестандартных решений; - требования к представлению идеи, критерии оценки и выбора идеи рекламы; - визуальные и вербальные аспекты составления и оформления рекламных и СО-продуктов в соответствии с требованиями заказчиков и целевой аудитории; - междисциплинарные методы поиска инновационных решений. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - модифицировать традиционные и разрабатывать новые методы и средства генерации рекламных идей в целях выработки нестандартных решений, развивать собственные креативные способности; - самостоятельно оценивать результаты творческого процесса по выработке новых идей; делать эскизы, вырабатывать концепцию и проектировать рекламный и СО-продукт; - выявлять перспективные направления в развитии рекламных и СО коммуникаций; понимать вопросы и проблемы развития инноваций и инновационной деятельности; - вырабатывать нестандартные решения в области трудовых конфликтов; находить организационно-управленческие решения в нестандартных ситуациях. <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - опытом выработки рекламных идей и нестандартных решений; навыками эскизирования и выработки общей концептуальной основы коммуникационных посланий рекламы и СО. - навыками применения теории инноваций к разработке и реализации инновационных программ и проектов в области рекламы и СО; - приемами стимулирования креативно- инновационной деятельности.
ПК-10	Способность применять перспективные теории и приемы менеджмента, бизнес-процессов, маркетинга	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основные понятия экономики, менеджмента и маркетинга; - основные результаты новейших исследований по проблемам экономики, менеджмента и маркетинга; - основные модели поведения экономических агентов и рынков; подходы, применяемые при решении экономических задач; - методы построения экономических моделей; методы расчета и анализа основных экономических показателей проектов и сетей; <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - анализировать экономические явления и процессы, выявлять проблемы экономического характера; - разрабатывать и оценивать планы, проекты с учетом нормативно-правовых, ресурсных, административных и иных ограничений;

		<ul style="list-style-type: none"> - применять инновационный подход при разработке; - применять методы анализа и моделирования при решении экономических задач и оценки эффективности проектов; - анализировать результаты расчетов и обосновывать полученные выводы.
		<p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - методологией экономического исследования; - современными методами организации малого коллектива для реализации экономических проектов; - современными методиками расчета и анализа социально-экономических показателей экономического проекта.
ПК-11	Способность разрабатывать планы и программы инновационной деятельности, технико-экономические обоснования инновационных проектов	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основы, принципы и методики анализа и прогнозирования в профессиональной сфере; - основы теории инноваций и инновационной деятельности; инновационные подходы, методы и технологии, используемые в рекламе и СО в настоящее время; основы планирования и проектирования инновационной деятельности в сфере рекламы и СО; - методы разработки стратегических концепций и бизнес-планов, программ инновационной деятельности, заданий на их разработку; программные средства планирования и управления проектами, возможности прикладных программ для создания проектов; - жанровые и стилистические особенности проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, бриф на креатив, соглашение, договор, контракт, аналитических справок, обзоров и прогнозов); правила составления проектной документации; - принципы подготовки проектной документации на основе маркетинговых исследований и оценки внутренних ресурсов организации для эффективного управления бизнес-проектами; - принципы, средства и методы информационного сопровождения проектов; <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - проводить ситуационный анализ рынка инноваций в сфере коммуникации, рекламы и PR, продукта рекламной деятельности и работы в сфере СО, маркетинговых тенденций профессионального сегмента рынка; прогнозировать последствия процессов и явлений в профессиональной сфере; - писать аналитические справки, обзоры и прогнозы на профессиональные темы. - разрабатывать стратегические концепции и бизнес-планы проектов, планы и программы инновационной деятельности, технико-экономические обоснования инновационных проектов; - разрабатывать технико-экономические обоснования инновационных проектов, программы инновационной деятельности; выбирать необходимые методы сопровождения; оценивать их качество и эффективность. <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками составления аналитической и прогностической документации в области рекламы и связей с общественностью в государственных, общественных, коммерческих структурах, средствах массовой информации, в социальной сфере, сфере политики, экономики, производства, торговли, науки, культуры, спорта; - навыками применения теоретических положений теории инноваций к разработке и реализации инновационных программ и проектов в области рекламы и СО; - навыками планирования и разработки исследовательских и проектных работ, стратегических концепций и бизнес-планов, программ инновационной деятельности; - навыками оценки затрат проектной деятельности, разработки технико-экономического обоснования инновационных проектов, оценки эффек-

		<p>тивности проектной деятельности;</p> <ul style="list-style-type: none"> - процедурой информационного сопровождения инновационных программ и проектов.
ПК-12	Способность определять стратегические цели и руководить проектированием, планированием, подготовкой и реализацией коммуникационных кампаний и мероприятий	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - принципы использования интегрированных коммуникаций в местных, региональных и глобальных процессах; - технологии разработки стратегий и интеграции рекламных, маркетинговых и PR-коммуникаций для формирования капитала организации, бренда в конкурентной среде; - основные алгоритмы практического применения методов, технологий и инструментов анализа, планирования и реализации коммуникационных кампаний; - основы медиапланирования. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - грамотно описывать ситуации стратегического или тактического развития бренда, выделять специфику бренда и его основных составляющих; - проектировать элементы бренда с учетом особенностей работы с брендами разного уровня; - составлять медиаплан с учетом стратегических целей коммуникационной кампании; - разрабатывать концепции коммуникационных программ, осуществлять руководство коммуникационными кампаниями, руководить процессом. <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками анализа, планирования и прогнозирования товарного ассортимента предприятия с использованием стратегии брендинга; - навыками подготовки и реализации коммуникационные кампании, включая медиапланирование.
ПК-13	Способность руководить созданием эффективной коммуникационной инфраструктуры организации	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - принципы формирования рекламной и PR-службы, принципы создания эффективной команды; методы и способы корректировки и видоизменения существующих организационных и коммуникационных структур; - теоретические основы, перспективные теории и технологию бизнес-планирования, функции, виды и элементы бизнес-планов; - принципы репутационного менеджмента; основы построения организационной структуры фирмы (организации) с учетом необходимости включения в нее как обязательного звена рекламной и PR-службы; - специфику управления инновационными проектами; средства планирования и управления проектами, возможности прикладных программ для создания проектов; методы осуществления руководства и контроля проектной деятельности; - принципы работы со СМИ, принципы создания и функционирования корпоративных СМИ. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - ориентироваться в схемах и способах построения внешних и внутренних связей организации; создавать рациональную структуру построения рекламной и PR-службы фирмы (организации), отвечающую характеру современных требований, либо руководить созданием такой структуры, а также всей коммуникационной инфраструктурой организации; - применять инструменты практического взаимодействия рекламной и PR-службы организации с заказчиком и СМИ; - разрабатывать бизнес-стратегию, концепцию и финансовый план коммуникационной структуры организации или отдельных проектов; прорабатывать основные разделы бизнес-планов, составлять задания на их разработку; - разрабатывать программы инновационной деятельности; использовать информационные технологии для планирования и управления проектными работами; руководить и обеспечивать эффективность проектной дея-

		<p>тельности.</p> <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - способами и методами руководства созданием рациональной коммуникационной структуры организации с учетом необходимости наличия в ней рекламной и PR-службы с функциями налаживания коммуникаций с заказчиками, целевой аудиторией и партнерами по бизнесу; - навыками аналитической работы с финансовой документацией предприятия; методами разработки и оценки бизнес-планов различного профиля; - навыками экспертной оценки эффективности коммуникационной структуры рекламного агентства либо службы рекламы и СО; - методами планирования, руководства и контроля деятельности проектных команд; навыками планирования проектных работ, коммуникационных кампаний и мероприятий в сфере рекламы и СО; - навыками руководства и управления деятельностью проектных команд; методами разработки и оценки бизнес-планов различного профиля.
ПК-20	Способность ставить задачи исследования, выбирать методы экспериментальной работы, подготавливать базу для научных исследований	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - сущность научной проблемы и научной задачи; их соотношение с практическими профессиональными проблемами и задачами; - методы поиска, сбора и анализа научной информации; - инструментарий проведения научных исследований; методики проведения экспериментальных исследований; - отечественный и зарубежный опыт изучения профессиональной тематики исследования; - актуальное состояние основных направлений профессиональной научной сферы; - историю развития научных парадигм, связанных с тематикой исследования.
		<p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - выявлять перспективные направления научных исследований; - обосновывать выбор методов проведения экспериментальной работы; - обосновывать актуальность, теоретическую и практическую значимость исследуемой проблемы, формулировать гипотезы; - осуществлять подбор и проводить анализ научной литературы и прочих источников; - систематизировать и обобщать научную информацию, связанную с тематикой исследования.
		<p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками подготовки базы для научных исследований в профессиональной сфере; - основными способами мониторинга научной информации; - навыками дифференциации научной информации в соответствии с тематикой исследования; - способностью оперативного осмысления получаемой научной информации в контексте как научного дискурса, так и в контексте развития профессиональной сферы в целом; - умениями ставить и решать научно-исследовательские задачи профессиональной сферы с использованием глубоких фундаментальных и специальных знаний, аналитических методов и сложных моделей.
ПК-21	Способность применять в исследованиях основные концепции и принципы самоорганизации, эволюции, воспроиз-	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - методы анализа научной информации, изучения отечественного и зарубежного опыта по тематике исследования; - историю развития научных парадигм, основные научные концепции, связанные с тематикой исследования, их динамику и тенденции развития; - основные концепции и принципы самоорганизации, эволюции, воспроизводства и развития систем, полученные отечественными и зарубежными исследователями по вопросам исследования.

	изводства и развития систем, учитывать их динамику и тенденции	<p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - ставить и решать научные задачи в своей предметной области с использованием глубоких фундаментальных и специальных знаний о динамике и развитии основных научных концепций и научных парадигм на основе анализа научно-исследовательской, научно-практической и патентной литературы; - критически оценить основные концепции и принципы самоорганизации, эволюции, воспроизводства и развития систем с точки зрения понимания условий и возможностей их практического использования в изучении; - использовать данные о динамике и развитии основных научных концепций в разработке собственного научного исследования. <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основными способами мониторинга научной информации; - способностью оперативного осмысления получаемой научной информации в контексте как научного дискурса, так и в контексте развития рекламы и PR в целом; - навыками применения в исследовательской работе основных концепций и принципов самоорганизации, эволюции, воспроизводства и развития систем в области рекламы и связей с общественностью.
ПК-22	Способность интегрировать знания, формировать суждения и принимать решения на основе неполной и ограниченной информации	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - языковые и речевые средства оформления собственного суждения; - основные этапы эволюции научной мысли в профессиональной сфере; - методики сбора, осмысления и анализа научной информации на основе научно-исследовательской литературы; - методики типологизирования, структурирования и обобщения научной информации по поставленной научно-исследовательской проблеме; - методики восполнения информации на основе научной логики и восстановления причинно-следственных связей; - методы прогнозирования на основе неполной и ограниченной информации и разработке научных моделей и парадигм. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - обрабатывать теоретические, эмпирические и экспериментальные данные для формирования суждения; - интегрировать полученные знания для анализа и синтеза ограниченной информации; - оценивать полученную неполную информацию с точки зрения возможного прогнозирования; - на основе полученной ограниченной информации устанавливать причинно-следственные связи и формулировать научные предположения; - делать выводы и аргументировать соображения, лежащие в основе высказанных идей, проблем и их решений; - формулировать собственные суждения на основе научно-исследовательской логики. <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками количественного и качественного анализа для формирования собственных суждений; - навыками осмысления и интеграции полученной научной информации для анализа и синтеза; - методикой построения научных парадигм и исследовательских моделей на основе восполнения неполной и ограниченной информации с учетом законов научной логики; - навыками научного прогнозирования на основе собранной и интегрированной ограниченной информации; - навыками решать задачи в новой или незнакомой среде в профессиональной сфере; - навыками формирования собственного суждения.

ПК-23	Способность решать концептуальные и прикладные задачи в широком или междисциплинарном контексте	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основные области научных исследований в сфере своей профессиональной деятельности; - междисциплинарный характер научных исследований в сфере рекламы и связей с общественностью; - подходы к формализации ключевых концептуальных и прикладных задач в междисциплинарном контексте; - методики решения концептуальных и прикладных задач в междисциплинарном контексте. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - применять методики междисциплинарных исследований в собственной научной работе; - оперативно адаптировать последние достижения науки в рамках собственной научно-исследовательской работы; - разработать развернутую структуру проведения научно-исследовательской работы в междисциплинарном контексте; - решать концептуальные и прикладные задачи с привлечением исследований различных сфер научного знания. <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - культурой научного мышления, способностью к восприятию, обобщению и анализу информации из разных сфер научного знания; - навыками сбора, обобщения и структуризации научной информации, позволяющими обосновать актуальность, теоретическую и практическую значимость постановки и решения конкретной концептуальной и прикладной задачи в междисциплинарном контексте; - навыками применения междисциплинарных исследований для решения концептуальных и прикладных задач в сфере рекламы и связей с общественностью.
ПК-24	Способность к анализу и синтезу, научным обобщениям, выводам и аргументированию соображений, выдвижению новых идей, в том числе в исследовательском контексте	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - ведущие научные идеи и учения в сфере исследования рекламы и связей с общественностью; - основы построения, расчета и анализа современной системы показателей, характеризующих процессы деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью; - сущность основных форм научного мышления: понятия, суждения, умозаключения, также образы и представления; - суть основных операций научного мышления: сравнения, анализа и синтеза, абстракции, обобщения, конкретизации; - законы научной логики. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - осуществлять поиск информации по полученному заданию, сбор и анализ данных, необходимых для решения поставленных научных задач; - анализировать и интерпретировать данные отечественной и зарубежной науки о процессах и явлениях в сфере рекламы и связей с общественностью, выявлять тенденции изменения профессиональной сферы; - обобщать полученные в процессе исследования данные; на основе полученных обобщений делать выводы; - на основе полученных результатов научного исследования выдвигать новые идеи, в том числе в исследовательском контексте. <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - культурой научного мышления; - современными методами сбора, обработки и анализа эмпирических и экспериментальных данных в отечественных и зарубежных источниках в сфере рекламы и связей с общественностью; - навыками научной логики и основных операций научного мышления: анализ, сравнение, синтез, обобщение, абстрагирование и пр.; - способностью к восприятию, сравнению, обобщению, анализу и синтезу

		<p>научной информации,</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками аргументированного резюмирования на основании полученной в результате операций научного мышления информации и выдвижения соображений, в том числе в исследовательском; - навыками выдвижения новых идей для целей ранжирования и определения приоритетов в текущей и перспективной научно-исследовательской работе.
ПК-25	Способность интерпретировать и представлять результаты научных исследований, составлять практические рекомендации на их основе, выдвигать принципиально новые гипотезы, прогнозировать тенденции	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - сущность, основные элементы и этапы интерпретации как научного метода и базовой процедуры познания; - основные методы и модели интерпретирования как общенаучного метода с правилами перевода формальных символов и понятий на язык содержательного знания и представления результатов научных исследований; - формы презентации результатов научных исследований (магистерская и кандидатская диссертация, автореферат, научная статья, тезисы, научный доклад); жанр и структуру практических рекомендаций; - основные языковые средства научного стиля речи, особенности структуры и речевого оформления научного текста; - основы научного прогнозирования; основы формулирования научных предположений.
		<p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - переводить полученные в результате научного исследования результаты в содержательное знание в процессе интерпретации; - на основе научных результатов формулировать гипотезы (научные предположения) для следующих этапов исследования; - на основе полученных результатов прогнозировать тенденции и динамику изменений в профессиональной сфере; - презентовать полученные результаты научного исследования в устных (научный доклад) и письменных (магистерская и кандидатская диссертация, автореферат, научная статья, тезисы) формах; - создавать научный текст в соответствии с жанровыми, структурными особенностями и нормами и категориями научного стиля речи; - реализовать основные подходы и эффективно использовать инструментарий формализации наиболее значимых результатов научных исследований для последующего составления практических рекомендаций на их основе.
		<p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками интерпретации полученной научной информации; - навыками выдвижения принципиально новых гипотез и прогнозирования тенденций развития профессиональной сферы деятельности; - навыками использования современных технических средств и информационных технологий в подготовке и презентации отчета по научно-исследовательской работе; - навыками создания устных и письменных научных текстов в соответствии с требованиями жанра и языковых норм научного стиля речи; - навыками создания практических рекомендаций на основе полученной в результате научного исследования информации.
ПК-26	Способность применять накопленные знания и опираться на них в подготовке и написании научно-исследовательских работ, включая кандидатские и док-	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основные этапы подготовки магистерской работы и правила ее оформления; методологию написания магистерской работы; - основы библиографической работы с привлечением современных информационных технологий; - сущность научной проблемы и научной задачи исследования; методику формулирования научной проблемы, постановки целей и задач научного исследования; - научные методы исследования и характер их применения; применение современных информационных технологий при проведении научных и прикладных исследований;

торские диссертации	<p>- основы научного анализа, синтеза, обобщения полученных в результате научного исследования данных;</p> <p>- методики, средства и формы представления результатов исследований (отчета по научно-исследовательской работе, тезисов докладов, научных статей, курсовых работ и проектов, магистерской диссертации).</p> <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - выдерживать заданный план и график проведения научно-исследовательской работы, концентрироваться на своевременном и рациональном выполнении первоочередных действий, связанных с изучением, оценкой и прогнозированием тенденций развития исследуемой сферы профессиональной деятельности; - аргументировать актуальность научного исследования; - выявлять научную составляющую при проведении исследования; формулировать тему, проблему, цель и задачи научного исследования; - выбирать необходимые методы исследования (модификации существующих, разработки новых методов), исходя из задач конкретного исследования; - применять современные информационные технологии при проведении научных и прикладных исследований; - ставить и решать научные задачи с использованием глубоких фундаментальных и специальных знаний, аналитических методов и сложных моделей; - анализировать и обрабатывать полученные результаты, структурировать информацию о полученных результатах, излагать её логически последовательно; - правильно оформлять документы, содержащие информацию о полученных результатах исследований; - применять накопленные знания при подготовке и написании научно-исследовательских работ, включая кандидатские и докторские диссертации, а также в профессиональной деятельности. <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками библиографической работы с привлечением современных информационных технологий: навыки работы с источниками информации, а также рецензирования и реферирования научных трудов; - навыками проведения конкретных исследований в рамках работ по научным темам, публичных выступлений; - навыками грамотного изложения результатов собственных научных исследований (отчеты, рефераты, статьи, тезисы, доклады и др.); - способностью критического осмысления результатов собственных исследований; - навыками подготовки и написания научно-исследовательских работ, включая кандидатские и докторские диссертации; - способностью аргументировано защищать и обосновывать полученные результаты исследований; внедрять полученные результаты в профессиональную практику.
---------------------	---

III. ТРЕБОВАНИЯ К ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЕ И ПОРЯДКУ ЕЕ ВЫПОЛНЕНИЯ

3.1. Этапы и сроки подготовки и защиты выпускной квалификационной работы (ВКР)

Качественное выполнение ВКР в немалой степени зависит от правильной организации, своевременности и добросовестности ее выполнения.

- Работа над ВКР включает несколько **этапов**:
- выбор темы;
 - утверждение темы;
 - формирование задания ВКР и графика выполнения ВКР совместно с руководителем ВКР;
 - общее ознакомление с основной литературой по теме;
 - составление развернутого плана работы и согласование его с руководителем ВКР;
 - сбор подробного материала по теме и его изучение;
 - обобщение и анализ материала;
 - работа над черновым вариантом ВКР;
 - предоставление чернового варианта по частям в надлежащем виде руководителю ВКР;
 - работу над ВКР с учетом замечаний, рекомендаций и правок;
 - предоставление окончательного варианта ВКР в оформленном виде руководителю ВКР для ознакомления и подготовки отзыва;
 - предварительная защита ВКР;
 - предоставление ВКР на кафедру;
 - подготовка тезисов выступления на защите ВКР;
 - защита ВКР на заседании ГЭК;
 - передача ВКР (текст, электронная версия) и сопутствующей документации на хранение.

Этапы и сроки подготовки и защиты ВКР

№ этапа	Наименования этапа и содержание работ	Срок выполнения	Ответственный/ участники	Входящие документы
1	Определение темы ВКР			
	Разработка и утверждение примерной тематики ВКР	Не позднее, чем за 9 месяцев до начала ГИА	Ректор, проректор по научной работе, заведующий выпускающей кафедрой, ППС кафедр, обучающийся	Протокол заседания выпускающей кафедры. Протокол заседания Ученого совета. Приказ ректора
	Закрепление темы ВКР и руководителя за обучающимся	Не позднее, чем за 8 месяцев до начала ГИА	Ректор, декан факультета, заведующий кафедрой, ППС кафедр, обучающийся	Личные заявления обучающихся. Приказ ректора
2	Организация работы над ВКР			
	Формирование задания ВКР и графика выполнения ВКР	Не позднее 2-х недель после закрепления темы ВКР	Руководитель ВКР, обучающийся	Задание на ВКР. Календарный график выполнения ВКР
	Проведение консультаций	В течение всего периода выполнения ВКР	Руководитель ВКР, обучающийся	Протоколы заседаний выпускающей кафедры
	Предоставление текста руководителю ВКР в окончательной редакции	Не позднее, чем за 1 месяц до защиты ВКР	Руководитель ВКР, обучающийся	Текст ВКР на бумажном носителе и в электронном виде
3	Допуск к защите (предзащита)			
	Предзащита ВКР на кафедре	Не позднее, чем за 2 недели до защиты	Заведующий выпускающей кафедрой	Текст ВКР. Отзыв руководите-

		ВКР	рой, ППС кафедры, руководитель ВКР, обучающийся	ля. Справка о результатах проверки на неправомерные заимствования. Протокол заседания выпускающей кафедры
	Подготовка отзыва руководителя ВКР	Не позднее, чем за 2 недели до защиты ВКР	Руководитель ВКР	Отзыв. Подпись на титульном листе руководителя ВКР
	Решение кафедры о рекомендации ВКР к защите	Не позднее, чем за 1 неделю до защиты ВКР	Руководитель ВКР	Выписка из протокола заседания выпускающей кафедры. Запись на титульном листе ВКР
	Передача ВКР и документации к ней в государственную экзаменационную комиссию	Не позднее, чем за 2 календарных дня до защиты ВКР	Заведующий выпускающей кафедрой, руководитель ВКР	Текст ВКР Отзыв руководителя с отметкой обучающегося об ознакомлении
4	Защита ВКР			
	Защита ВКР	По расписанию государственных аттестационных испытаний	Члены государственной экзаменационной комиссии, руководитель ВКР, обучающийся	Протокол заседания ГЭК по защите ВКР. Зачетная книжка (запись о теме ВКР и оценке ВКР). Учебная карточка
5	Хранение ВКР			
	Передача ВКР (текст, электронная версия) и сопутствующей документации на хранение	В течение тридцати дней после защиты	Секретарь ГЭК	Архив

Выбор темы выпускной квалификационной работы

Первоначальным, ответственным и важным этапом является продуманный выбор темы исследования. Тематика ВКР разрабатывается и ежегодно обновляется выпускающей кафедрой, утверждается Ученым советом и оформляется приказом ректора университета.

1. Тема ВКР должна быть актуальной. Объект и предмет научного поиска должны представлять исследовательский, научный интерес, быть актуальными и отличаться новизной, затрагивать текущие проблемы рекламы и связей с общественностью и намечать перспективные направления исследования. Выбор темы происходит на основе примерной тематики выпускных квалификационных работ, разрабатываемой выпускающей кафедрой.

2. При выборе темы ВКР обучающийся может обращаться за консультациями к заведующему кафедрой. Обучающийся вправе предложить свою тему ВКР для включения в общую тематику ВКР кафедры, с обоснованием ее актуальности, научной и практической значимости, а также целесообразности ее разработки в качестве темы исследования.

3. После выбора темы ВКР обучающийся обращается к специалисту учебного офиса с заявлением об утверждении темы (Приложение 1). Запрещается дублирование тем в одной учебной группе.

4. Изменение темы ВКР или руководителя после издания приказа разрешается в исключительных случаях по заявлению обучающегося, согласованному с заведующим выпускающей кафедрой не позднее, чем 3 месяца до срока защиты. Все изменения утверждаются приказом ректора.

5. Темы ВКР предлагаются по следующим видам профессиональной деятельности:

- коммуникационная;
- рекламно-информационная;
- информационно-технологическая

6. Формулировка темы ВКР с указанием руководителя утверждается приказом ректора Университета. ВКР выполненные вне утвержденной тематики, допуску к защите не подлежат.

Контроль кафедры за подготовкой ВКР

1. Для подготовки выпускной квалификационной работы обучающемуся назначается руководитель ВКР из числа работников кафедр университета и при необходимости консультант (консультанты).

2. После утверждения темы и назначения руководителя обучающийся получает на кафедре задание на ВКР (Приложение 2). Задание на ВКР составляется руководителем ВКР и выдается обучающемуся с указанием сроков начала и окончания работы. Задание подписывается руководителем ВКР и обучающимся. После завершения работы задание прилагается к выпускной квалификационной работе.

3. На основании задания обучающийся по согласованию с руководителем составляет календарный график подготовки выпускной квалификационной работы (Приложение 3).

4. Руководитель ВКР:

а) дает оценку и вносит коррективы в предложенный обучающимся проект плана работы, разбивки на разделы и подразделы, определяет их примерные объемы, сроки представления в первом варианте;

б) проверяет, насколько обстоятельно подобраны обучающимися научная литература, нормативные правовые акты и другие источники по теме, помогает выделить наиболее важные из них; ориентирует обучающегося на составление полной библиографии по теме, изучение практики и т.д.;

в) проводит консультации не реже 1 раза в месяц (по необходимости и чаще), на которых обсуждает с обучающимся проделанную работу, возникшие трудности, дает рекомендации по их преодолению;

г) представляет отзыв о работе обучающегося в период подготовки выпускной квалификационной работы (далее – отзыв) (Приложение 4).

5. Кафедра периодически заслушивает сообщения руководителей ВКР о ходе подготовки обучающимися ВКР. При необходимости обучающиеся могут приглашаться на заседание кафедры или на беседу к ее заведующему.

6. После завершения подготовки обучающимися выпускной квалификационной работы руководитель представляет на кафедру письменный отзыв о работе обучающегося в период подготовки выпускной квалификационной работы. В случае выполнения

выпускной квалификационной работы несколькими обучающимися руководителем выпускной квалификационной работы представляет в организацию отзыв об их совместной работе в период подготовки выпускной квалификационной работы.

7. На последней странице текста ВКР обучающийся подтверждает самостоятельность выполнения ВКР (см. Приложение 6). Образец титульного листа ВКР (Приложение 5).

8. Руководитель ВКР организует процедуру проверки оригинальности текста по программной системе для обнаружения текстовых заимствований в учебных и научных работах «Антиплагиат. Вуз» (интернет-версия). Лицензионный договор № 204 от 10.04.2018 г., Дополнительное соглашение № 1 от 28.09.2019

3.2. Структура и содержание выпускной квалификационной работы

К ВКР предъявляются следующие общие требования:

-ориентирование ВКР на вид деятельности:
 организационно-управленческая;
 коммуникационная;
 научно-исследовательская и педагогическая.

-включение в состав ВКР в качестве составных частей теоретических и практических материалов, собранных в период **прохождения производственной (преддипломной) практики**;

- актуальность темы;
- обоснованность содержания, состоящая в раскрытии темы, адекватном использовании исследовательских приемов, отражении единства теории и практики и т. п.;
- комплексность постановки задачи или проблемы ВКР, предполагающая вместе с тем направленность на углубленную разработку одного или нескольких аспектов;
- использование знаний, умений и навыков, полученных при изучении дисциплин учебного плана;
- использование имеющихся общенаучных знаний, учебной, научной, художественной литературы и периодики, современной техники.

Объем ВКР должен составлять не менее 60-65 страниц и не более 70 страниц из расчета: 20-25 страниц – первая глава, 20-30 страниц – вторая глава, 5 страниц – введение, 3-5 страниц – заключение, 4-5 страниц – список литературы. Приложения в ВКР нумеруются, но не учитываются в общий объем работы.

Структура ВКР, как правило, индивидуальна, но ее компоненты традиционны и включают: введение, 2 главы (теоретическая и практическая), заключение, список литературы, приложения.

Введение

Во Введении предлагается обоснование выбора темы (постановка проблемы), указывается объект и предмет изучения, определяется актуальность и новизна проблемы, предварительно оценивается теоретическая и практическая значимость, дается краткий или полный обзор литературы (историографическая справка). На этой основе формулируется цель и выдвигаются задачи. Затем предлагается характеристика основных и второстепенных источников, комментируются объем и пути анализа фактического материала. Тщательно обосновывается выбор методов исследования и устанавливаются заранее принципы, способы описания фактического материала. Дается также интерпретация основных рабочих терминов, наиболее активно употребляемых в работе, объясняется структура ВКР.

Актуальность – указание причин или факторов, благодаря которым возникает необходимость в данной работе.

Обоснование темы (постановка проблемы) состоит из описания проблемы и ее актуальности. Смысл постановки проблемы: убедить в том, что работа имеет право на существование, доказать, что проблема реально существует; показать, что есть необходимость, всеобщая заинтересованность в ее решении; доказать, что результаты работы будут полезны (в теоретическом и практическом смыслах). Существует несколько способов обоснования темы:

- аргументация необходимости изучения данной темы с позиции теории или практики, а также одновременно и теории, и практики в коммуникационной и информационно-технологической деятельности в области рекламы и связей с общественностью;
- раскрытие степени изученности проблемы и отражение ее в специальной литературе;
- обоснование темы и раскрытие потребности в специальном исследовании и т.д.

Объект – крупная, относительно самостоятельная часть области исследования (сфера общественных отношений; отношения в объективном мире), в которой находится предмет исследования.

Предмет является более узким понятием. Предмет обозначает тот или иной аспект объекта. Предмет исследования – конкретная часть объекта, которая собственно исследуется.

В рамках проводимого исследования бывает невозможно рассмотреть все стороны объекта, поэтому разумное ограничение предмета устраняет необходимость вести чрезмерно расширенное исследование, пренебрегать реальными условиями исследовательской деятельности.

Гипотеза (в переводе с греческого означает «основание», «предположение») – есть предположительное суждение о связи явлений. Гипотеза, обнаруживая переход от старого знания к новому, вступает в противоречие с имеющимися привычными представлениями. Гипотеза является важнейшей характеристикой научного исследования. При выдвижении гипотезы обучающийся должен достаточно хорошо ориентироваться в исследуемом объекте. Он должен представлять, в чем суть проблемы. Гипотеза есть предположительное знание, теория, не получившая еще своего подтверждения. Содержание гипотезы связано с проблемой исследования, оно восполняет недостающее для решения проблемы достоверное знание выдвинутым предположением. Гипотеза является проектом решения проблемы проводимого научного исследования. В исследовании гипотеза выступает допущением, которое может быть подтверждено или опровергнуто.

Гипотезы должны быть подтверждены (доказаны)/опровергнуты исследованием. Итоговые гипотезы имеют отношение и к теоретической части исследования, и к практической – в соотношении 1 к 3. В итоговой версии должны быть представлены 3–5 гипотез.

Цель – то, чего автор намерен достичь в своей работе. Цель исследования олицетворяет результаты исследования, вытекает из проблемы исследования. Представление о том, как достигается цель, выражается в виде конкретных задач. При определении цели следует избегать расплывчатых формулировок, т. е. в формулировании цели должно содержаться то, что можно себе реально представить.

Задачи – то, что необходимо сделать в работе, чтобы достичь цели; средства, пути, которыми она достигается. Обычно задачи формулируются способами, через которые осуществляется рассмотрение проблемы. Задачи исследования определяют промежуточные его результаты. Они конкретизируют те положения, которые составляют содержание выдвигаемой в исследовании гипотезы.

Задачи обычно касаются 5–7 аспектов, вытекающих из цели исследования:

1. Проанализировать теоретические положения, лежащие в основе данной проблемы.

2. Определить методики и процедуры исследования.
3. Проанализировать полученные результаты исследования.
4. Обобщить материалы теоретического анализа.
5. Сформулировать выводы по практической части исследования.
6. Разработать рекомендации.

Теоретическая база – основные исходные положения, опираясь на которые, автор строит собственные рассуждения. Она предполагает указания на научные произведения или школы, взгляды которых близки обучающемуся. Здесь же указываются используемые методы исследования.

Научная новизна – то новое, что вносит работа в теорию и практический анализ проблемы. Новыми могут быть тема (проблема), если к ней обращаются *впервые*, а также метод (подход) исследования. Новизна может проявляться в методиках и методических приемах, условиях их реализации и требует доказательства автором работы.

Теоретическая значимость – теоретическое значение работы. Теоретическая значимость определяет результаты, которые позволяют повысить эффективность теоретической деятельности по данной проблеме.

Практическая значимость – прикладное значение работы. Практическая значимость определяет результаты, которые позволяют повысить эффективность практической деятельности – повысить качество образования, оптимизировать тот или иной процесс и т.д.

Для написания *теоретической базы* исследования необходимо обратиться к энциклопедиям (например: философская энциклопедия, психологическая энциклопедия, энциклопедия политической мысли), так как многие теории являются междисциплинарными.

Круг теорий определяется совместно с научным руководителем

Методологическую базу исследования составляют методы, которые используются в исследовании. К ним относятся:

- общие методы исследования – анализ текстов, анализ документов, сравнительный анализ, SWOT анализ, SMART анализ, PEST анализ и др.
- рекламные методы – фокальные объекты, Q-сортировка, PBC, маленькие человечки, бренсторминг, обратная мозговая атака, РАМ проводник и др. (подробнее можно прочитать в учебнике: Разработка и технологии производства рекламного продукта / под ред. проф. Л. М. Дмитриевой. – М.: Экономист, 2006. – Раздел 1, гл. 1, 2, 3). Эти методы нужны для построения авторского проекта, формирования слоганов, УТП, рекламного посыла в роликах и другой продукции
- психологические методы (проективные техники) – метод неоконченных предложений, рисуночные тесты, тест Люшера, метод ассоциаций (свободные ассоциации) О. Здравомысловой, А. Арутюнян, психологический рисунок власти О. Мельникова, Т. Фаломеева, О. Бартенева, портретирование, биографический анализ, мотивационные профили и др.

социологические методы – эти методы выделяются под отдельным заголовком – Эмпирическая база исследования. Социологические методы делятся на два типа: количественные и качественные.

Количественные методы – опрос общественного мнения (1200 респондентов), Контент-анализ, Интент-анализ, Ивент-анализ (Ахременко А. С. Политический анализ и прогнозирование – М.: Гардарики, 2006. – 333 с. - <http://viktorvoksanaev.narod.ru/politanaliz.PDF>) и др.

Качественные методы – интервью (глубинное интервью, фокусированное интервью), метод экспертных оценок, фокус группы, метод Д. Уинтера и М. Херманн, метод анализ видео - сообщений, метод построения семантического пространства В. Петренко, Ч. Остуд, Дж. Келли, метод case-studies и др.

Подробнее о социологических методах исследования можно прочитать в учебнике Ядов В. А. Стратегия социологического исследования. – 3-е изд., испр. – Москва: Омега-Л, 2007. – 567 с.

Набор методов определяется совместно с научным руководителем.

После выявления методологической базы исследования создаётся Структура работы. Структура работы – это перечисление: работа состоит из введения, двух глав, шести параграфов, заключения, списка литературы, приложений (необходимо указать количество приложений).

Объем текста введения в работе строго не регламентирован - обычно он составляет не более 10-х страниц.

Основная часть ВКР должна состоять из глав, разбитых на параграфы.

Исследование состоит из двух глав:

одна глава – теоретическая

другая глава – практическая

В названии глав эта особенность должна быть отражена.

Каждую главу составляют параграфы. В каждой главе по три параграфа.

Введение

В первой главе:

1.1 – анализируется контекст исследования (отметить, как Ваше исследование представлено в настоящее время в России и в мире).

1.2 - теоретическая часть – рассматриваются теоретические подходы к исследованию)

1.3 – рассматриваются механизмы (рекламные или общественные) для реализации общего видения развития Вашего исследования.

Вторая глава представляет собой практическую часть:

2.1 – характеристика исследования

2.2 – социологическое исследование

2.3 – авторский проект.

Названия (заголовки) глав не должны дублировать название работы, а названия (заголовки) параграфов, в свою очередь, не должны совпадать с названиями глав (в этом случае все остальные главы и параграфы становятся излишними). Каждый из разделов имеет самостоятельное название, которое отражает содержание помещенного в них текста. Содержание глав и параграфов должно соответствовать теме дипломной работы и в совокупности полностью ее раскрывать. Изложение материала должно логически переходить из одного раздела в другой; все главы и параграфы работы должны последовательно решать поставленные во введении задачи. Поэтому названия (заголовки) глав и параграфов должны соответствовать по своей сути формулировкам этих задач. Каждая глава должна заключаться конкретными выводами - обобщениями. Их количество также примерно должно соответствовать количеству поставленных в работе задач. Все главы выпускной квалификационной работы должны заканчиваться выводами.

Первая глава выпускной квалификационной работы является, как правило, теоретико-методологическим. Здесь рассматриваются ключевые теоретические (по теме выпускной квалификационной работы) и их связь с конкретными вопросами выпускной квалификационной работы. Содержание первой главы сводится к рассмотрению сущности рассматриваемой проблемы, описанию состояния ее решения на современном этапе, кроме этого, в ней же приводятся изложенные в научной литературе теоретические концепции, научные положения и важнейшие понятия по избранной теме, а также методика проведения исследования, при этом используются работы тех авторов, которые были перечислены в пункте «Степень разработанности проблемы» во Введении.

Вторая глава выпускной квалификационной работы носит аналитический, условно-прикладной характер. Здесь приводятся результаты логических выводов, подкрепляющих и доказывающих правильность подходов автора к решению поставленных задач, раскрывается новизна.

В тексте (приложениях) могут располагаться таблицы, схемы, графики, диаграммы и т.д., иллюстрирующие или подтверждающие основные выводы и мысли автора. Как правило, вторая глава – это анализ *предмета* исследования. Если в исследовании присутствуют три главы, то они строятся по принципу последовательного плавного перехода от объекта к предмету.

Заключение

Заключение должно содержать общие выводы, сделанные по результатам проведенного исследования. В заключении необходимо проанализировать проделанную работу, изложить в порядке проведения исследования промежуточные практические и теоретические результаты и выводы, обобщить их и сформулировать общий вывод по всей работе, оценив ее успешность, показать общий вывод в контексте складывающихся перспектив дальнейшего изучения, охарактеризовать его научную значимость и возможность практического применения. Желательно оценить не только главные итоги работы, но и побочные, второстепенные результаты, которые также могут обладать самостоятельным научным значением. Следует указать пути и перспективы дальнейшего исследования темы, обрисовать задачи, которые еще предстоит решить.

Текст заключения должен быть написан так, чтобы выводы соотносились с поставленными во введении целью и задачами исследования.

Основные выводы необходимо изложить в форме тезисов, в каждом из которых выделить и обосновать один конкретный вывод. Формулировки всех выводов должны быть предельно четкими, ясными, краткими и логически безупречными; давать полное представление о содержании, значимости, обоснованности и эффективности разработок.

Таким образом, заключение представляет собой окончательный, итоговый синтез всего ценного и значимого, существенного и нового, что содержится в ВКР.

В **заключении** дается последовательное, логически стройное изложение полученных итогов и их соотношение с общей целью (гипотезой) и задачами исследования, делаются обобщенные выводы, формулируются взгляды и предложения автора по совершенствованию изучаемой проблемы. Объем текста заключения в выпускной квалификационной работе строго не регламентирован - обычно он составляет 10-15 страниц.

Список литературы

После заключения дается список литературы, в котором указываются все использованные обучающимся источники в алфавитном порядке и пронумерованные. При этом:

- список использованной литературы должен в разумном соотношении содержать названия учебников и учебных пособий, монографий, научных статей и публикаций в специальных изданиях (сборниках научных статей вузов, профессиональной периодике и т. п.), авторефератов диссертаций, статистики, если нужно – законодательных и нормативных правовых актов и пр. (в зависимости от предмета, по которому пишется ВКР и ее темы);

- число учебников и учебных пособий должно быть минимальным: ссылки на них можно делать при работе с терминологией, при отражении дискуссионных вопросов по теме ВКР. Но при этом ссылаться нужно не на название учебника, а на его автора;

- основной акцент следует делать на монографии, научные статьи и публикации, а также на фактические и практические материалы (статистику, аналитику, опыт работы в исследуемой сфере и т. д.). Это повышает научную и практическую ценность ВКР;

- не менее 80% названий в списке использованной литературы в ВКР должны датироваться пятью последними годами. Это также относится и к учебникам и учебным пособиям;

- при разработке определенных тем в ВКР бывает просто необходимо ссылаться на авторов и их работы прежних лет (1950-х – 1990-х гг. и даже ранее). Однако при этом обязательно нужно отразить современное состояние вопроса и привести в списке использованной литературы новые издания;

- если в ВКР автор ссылается на правовые источники (законы, нормативные правовые акты), то в списке использованной литературы обязательным является указание на последнюю редакцию правового акта (помимо источника его первой публикации). Без этого можно будет подумать, что обучающийся пользовался устаревшей или недействующей редакцией документа.

В списке использованных источников в обязательном порядке указываются те документы, материалы, периодическая печать, литература, которые использованы в исследовании. Не следует делать список слишком большим; недопустимо также включать в него тексты, не имеющие отношения к исследуемой проблеме.

Составление списка использованных источников и литературы – один из важнейших этапов работы над исследованием, поскольку отражает самостоятельный, творческий подход ее автора к отбору научной литературы и изучению избранной проблемы и позволяет судить о степени серьезности и обоснованности проведенного исследования.

При необходимости в библиографическом списке могут быть, например, такие разделы, как:

1. Нормативные правовые акты;
2. Документы архивов;
3. Справочные и статистические издания;
4. Учебные и учебно-методические издания;
5. Научные монографии и статьи;
6. Диссертации и авторефераты.
7. Периодическая печать;
8. и т.п.

Список периодических и учебных изданий, литературы, диссертаций и авторефератов формируется по алфавиту фамилий авторов и заглавий книг/статей.

Число источников в библиографическом списке выпускной квалификационной работы **не может быть меньше 80-100 наименований.**

Приложения

В Приложения выносятся за пределы основного текста материалы вспомогательного характера:

- схемы (Приложение 8);
- таблицы, графики и другие справочные материалы, содержание которых обязательно для понимания основного текста (Приложение 9);
- иллюстрации, скрин-шоты, сканированные копии документов, необходимые для демонстрации основного содержания исследования.

В основной текст помещаются лишь те таблицы и документы, без которых трудно проследить логику изложения, а также те, которые подробно обсуждаются в тексте. Материалы, только упоминаемые в тексте, лучше вынести в приложения.

Приложения включаются только в том случае, если имеются дополнительные и вспомогательные материалы, загромождающие текст основной части ВКР и на них есть ссылки в самой работе.

В качестве приложений возможно включать следующие материалы:

- акт внедрения результатов исследования в производство или в учебный процесс;
- заявка на патент или полезную модель;
- научная статья, опубликованная или представленная к публикации;

- отчет о НИР, представленный на конкурс студенческих работ;
- макеты устройств, пакеты прикладных программ, информация о докладах на конференциях по теме ВКР и др.
- список опубликованных научных работ по теме исследования (при их наличии);
- протоколы проведенных исследований и т.д..

3.3. Оформление выпускной квалификационной работы

Общие правила оформления выпускной квалификационной работы

Для оформления ВКР используются общие требования, предъявляемые к оформлению научных работ.

Текст работы должен быть напечатан на компьютере на одной стороне стандартного листа белой односторонней бумаги формата А4 (210×297 мм) через 1,5 интервала в текстовом редакторе MS Word шрифтом Times New Roman 14 пт. Выравнивание осуществляется по ширине, абзацный отступ – 1,25 см. Интервалы между абзацами – 0 пт. Иллюстративный материал (таблицы, диаграммы и т. п.) в необходимых случаях допускается приводить на бумаге большего формата.

Страницы должны иметь следующие поля: левое поле – 30 мм, правое – 15 мм, верхнее – 20 мм, нижнее – 20 мм. Колонтитулы: верхний – 12,5 мм, нижний – 10 мм.

Все страницы ВКР, включая приложения, должны иметь общую нумерацию по порядку от титульного листа до последней страницы без пропусков и повторений, т.е. соблюдая сквозную нумерацию по всему тексту. Страницы, на которых расположены только таблицы, схемы и т.п., входят в общую нумерацию страниц.

Номер страницы следует проставлять посередине верхнего поля страницы арабскими цифрами без точки и других знаков. Номер на титульном листе не ставится, первой страницей, на которой ставится номер, является оглавление (номер страницы 2). Образец оформления титульного листа приведен в Приложении 5. В Приложении 6 содержится образец оформления последней страницы ВКР.

Каждый заголовок первого уровня и следующий за ним текст начинаются с новой страницы (с помощью разрыва страницы). К заголовкам первого уровня относятся: оглавление, введение, названия глав, заключение, список использованной литературы, приложение. Они печатаются прописными буквами, жирным шрифтом, без точки в конце, выравниваются по центру, переносы в заголовках не допускаются.

Названия параграфов печатаются сразу после названия глав жирным шрифтом, выравниваются по центру, имеют только первую букву прописную, остальные – строчные. Между названием главы, названием параграфа и текстом необходимо делать интервал, равный одной строке (или 12 пт).

Главы и параграфы работы следует нумеровать арабскими цифрами. Номер параграфа начинается с номера главы, затем ставится номер параграфа по порядку (например, 1.2. – второй параграф первой главы).

В тексте не допускается одновременное применение различных форм кавычек и тире (либо «», либо “”, а также либо – , либо —).

Некоторые элементы текста требуют набора через неразрывный пробел. *Неразрывный пробел* – элемент компьютерного набора текстов, отображающийся внутри строки подобно обычному пробелу, но не позволяющий программам отображения и печати разорвать в этом месте строку. Используется для автоматизации верстки, правила которой предписывают избегать разрыва строк в известных случаях (большей частью для удобочитаемости). В программе MS Word он образуется одновременным нажатием клавиш ctrl+shift+пробел.

Применение неразрывного пробела:

- между двумя инициалами и между инициалами и фамилией («А. С. Пушкин»);

- между сокращенными обращениями и фамилией («г-н Иванов»), а также после географических сокращений («г. Москва», «о-в Куба»);

- между знаками номера и параграфа и относящимся к ним цифрам («№ 8», «§ 104»);

- между числами и относящимся к ним единицами измерения («12 кг», «1981 г.»);

- между группами цифр в многозначных числах по три цифры справа налево, начиная с пятизначных чисел («2 132 128 байт»);

- перед номерами версий программных продуктов и частями их названий, состоящими из цифр или сокращений («Windows XP», «GNOME 2.8»);

Без пробелов набираются такие комбинации:

- знак препинания и предшествующий текст;

- многоточие в начале предложения и последующий текст;

- тире после точки или запятой;

- тире между числами;

- точка или запятая после знака сноски;

- кавычки или скобки и заключенный в них текст;

- кавычки или скобки и знаки препинания;

- двойные знаки номера и параграфа;

- число перед знаком процента или промилле;

- число перед знаком градуса, минуты, секунды или терции;

- дефис и смежные элементы;

- буквенно-цифровые обозначения.

Запрещается перенос следующих комбинаций:

- сокращения, подобные и т. д.;

- фамилия и инициалы;

- число и относящееся к нему слово;

- знак номера или параграфа и число;

- обозначение пункта списка и последующий текст.

Правила оформления содержания

Заголовок СОДЕРЖАНИЕ пишется заглавными буквами посередине строки.

Содержание включает введение, наименования всех глав, параграфов, пунктов, заключение, список использованных источников и наименования приложений с указанием номеров страниц, с которых начинаются эти элементы работы. Наименования, включенные в содержание, записывают строчными буквами, начиная с прописной буквы.

Правила оформления основного текста

В технике оформления основного текста особое внимание необходимо уделить следующим моментам:

- оформление библиографических ссылок (Приложение 12);

- оформление таблиц (Приложение 9);

- правила сокращения слов (Приложение 10);

- оформление схем (Приложение 8).

Правила оформления списка литературы

Обязательной составной частью ВКР является список литературы, использованной при ее создании. Он состоит из совокупности библиографических записей, включающих описание использованных или цитированных произведений печати и других документов. Такой список помещается за текстом, связан с конкретными местами текста при помощи так называемых отсылок и обычно имеет простую структуру. Список литературы позволяет определить источниковедческую базу исследования и составить представление о научных позициях автора.

Список литературы должен называться «Список литературы».

Государственного стандарта по оформлению списка литературы нет, но существует общепринятая практика. Например, принято источники в списке литературы располагать в алфавитном порядке (относительно заголовка соответствующей источнику библиографической записи). При этом независимо от алфавитного порядка впереди обычно идут нормативные акты. Исходя из этого можно считать устоявшимся правилом следующий порядок расположения источников:

- нормативные акты;
- книги и печатная периодика;
- источники на электронных носителях удаленного доступа (т. е. интернет-источники).

В каждом разделе сначала идут источники на русском языке, а потом – на иностранных языках (также по алфавиту).

Нормативные акты располагаются в следующем порядке:

- международные акты, ратифицированные Российской Федерацией
- Конституция Российской Федерации;
- федеральные конституционные законы;
- федеральные законы;
- Указы Президента Российской Федерации;
- постановления Правительства Российской Федерации;
- приказы и распоряжения федеральных органов исполнительной власти;
- Постановления Конституционного суда Российской Федерации;
- постановления Верховного Суда Российской Федерации;
- конституции (уставы) субъектов Российской Федерации;
- нормативные правовые акты субъектов Российской Федерации;
- судебная практика;
- нормативные правовые акты, утратившие силу.

Федеральные законы следует записывать в формате:

Федеральный закон от [дата] № [номер] «[название]» // [официальный источник публикации, год, номер, статья].

Законы располагаются не по алфавиту, а по дате принятия (подписания Президентом России) – впереди более старые.

Если при написании работы использовался законодательный сборник или издание отдельного закона, в список литературы все равно следует записать закон (приказ и т. п.) с указанием официального источника публикации. Для федеральных актов такими источниками являются: «Собрание законодательства Российской Федерации», «Российская газета», «Собрание актов Президента и Правительства Российской Федерации» и др.

Библиографическое описание на книгу или любой другой документ составляется по определенным правилам. Оно содержит библиографические сведения о документе, приведенные в определенном порядке, позволяющие идентифицировать документ и дать его общую характеристику.

Краткая схема библиографического описания (описание состоит из обязательных элементов) схематично может быть представлена следующим образом:

Заголовок описания. Основное заглавие: сведения, относящиеся к заглавию / Сведения об ответственности. – Сведения об издании. – Выходные данные. – Объем.

Заголовок – это элемент библиографической записи, расположенный перед основным заглавием произведения.

Он может содержать имя лица (*имя лица* – условно применяемое понятие, включающее фамилию, инициалы или имя и отчество, псевдоним, личное имя или прозвище в качестве фамилии), наименование организации, унифицированное заглавие произведения, обозначение документа, географическое название, иные сведения. Заголовок применяют при составлении записи на произведение одного, двух и трех авторов. Если

авторов четыре и более, то заголовок не применяют, запись составляют под заглавием произведения.

При наличии двух и трех авторов указывают только имя первого автора или выделенного на книге каким-либо способом (цветом, шрифтом). Имена всех авторов приводят в библиографическом описании в сведениях об ответственности.

Основным заглавием является заглавие книги или статьи, а *сведением, относящимся к заглавию*, – пояснение жанра, типа издания, например, сборник статей, учебное пособие и т. п.

Сведения об ответственности – это сведения о соавторах, переводчиках, редакторах и/или о той организации, которая принимает на себя ответственность за данную публикацию.

Сведения об издании включают качественную и количественную характеристику документа – переработанное, стереотипное, 2-е и т. п.

Выходные данные – это наименование города, издательства, где опубликована книга, и года издания. Москва, Ленинград, Санкт-Петербург, Лондон, Париж и Нью-Йорк сокращаются (М., Л., СПб., Л., Р., N-Y.). Все остальные города пишутся полностью (Новосибирск, Киев). Названия издательств сокращаются в соответствии с ГОС-Том. Названия издательств книг, опубликованных до 1917 года, пишутся полностью. Дата для книги означает год издания.

Объем – это количество страниц или страницы, на которых опубликована статья в журнале или сборнике. Примеры библиографических описаний представлены в Приложении 12.

Особенности ссылок на электронные ресурсы

В области примечаний приводят сведения, необходимые для поиска и характеристики технических спецификаций *электронного ресурса*. Сведения приводят в следующей последовательности: системные требования, сведения об ограничении доступности, дату обновления документа или его части, электронный адрес, дата обращения к документу. Например, для затекстовой ссылки:

65. Авилова Л. И. Развитие металлопроизводства в эпоху раннего металла (энеолит – поздний бронзовый век) [Электронный ресурс] : состояние проблемы и перспективы исследований // Вестн. РФФИ. – 2015. – № 2. URL: <http://www.rfbr.ru/pics/22394ref/file.pdf> (дата обращения : 19.09.2015).

Примечание об ограничении доступности приводят в ссылках на документы из локальных сетей, а также из полнотекстовых баз данных, доступ к которым осуществляется на договорной основе или по подписке (например, «Кодекс», «Гарант», «КонсультантПлюс», «EBSCO», «ProQuest», «Интегрум» и т. п.), например, *для подстрочной ссылки*:

⁵ О введении надбавок за сложность, напряженность и высокое качество работы [Электронный ресурс] : указание М-ва соц. защиты Рос. Федерации от 14 июля 1992 г. № 1-49-У. Документ опубликован не был. Доступ из справ.-правовой системы «КонсультантПлюс».

При наличии сведений о дате последнего обновления или пересмотра сетевого документа ее указывают в ссылке, предваряя соответствующими словами «Дата обновления» («Дата пересмотра» и т. п.). Дата включает в себя день, месяц и год, например, *для затекстовой ссылки*:

114. Экономический рост // Новая Россия: [библиогр. указ.] / сост. : Б. Берхина, О. Коковкина, С. Канн ; Отд-ние ГПНТБ СО РАН. Новосибирск, [2003 –]. Дата обновления : 6.03.2014. URL: <http://www.prometeus.Nsc.ru/biblio/Newrus/egrowth.ssi> (дата обращения : 22.03.2015).

После электронного адреса в круглых скобках приводят сведения о дате обращения к электронному сетевому ресурсу: после слов «дата обращения» указывают число, месяц и год, например:

⁵ Весь Богородский уезд : форум // Богородск – Ногинск. Богородское краеведение : сайт. Ногинск, 2015. URL: <http://www.bogorodsk-Noginsk.ru/forum/> (дата обращения: 20.02.2016).

46. Инвестиции останутся сырьевыми // PROGNOSIS.RU: ежедн. интернет-изд. 2015. 25 янв. URL: <http://www.prognosis.ru/print.html?i> (дата обращения: 15.01.2016).

Правила брошюровки выпускной квалификационной работы

ВКР должна быть в твёрдом переплёте (в папке), обязательно прошита (не на кольцах) или переплетена. Для задания, календарного графика, характеристики с места прохождения преддипломной практики, отзыва руководителя ВКР и справки о результатах проверки в системе «Антиплагиат» должны быть подшиты 5 файлов и приложен конверт с подписанным CD диском с текстом ВКР.

ВКР брошюруется в следующем порядке:

- задание на ВКР (Приложение 2) (в файле);
- календарный график выполнения ВКР (Приложение 3) (в файле);
- характеристика профессиональной деятельности обучающегося в период прохождения производственной (преддипломной) практики (в файле);
- отзыв руководителя ВКР (бланк) (Приложение 4) (в файле);
- титульный лист (Приложение 5);
- содержание;
- текст работы (Введение, 1-я глава – теоретическая, 2-я глава – практическая, 3-я глава (при наличии), заключение);
- перечень принятых терминов (при необходимости) (Приложение 11);
- список литературы;
- последний лист выпускной квалификационной работы, подтверждающий самостоятельность выполнения ВКР (Приложение 6);
- приложения (при необходимости);
- справка о результатах проверки работы на степень заимствования (в файле);
- электронный носитель с текстом ВКР (CD диск), закрепленный с внутренней стороны папки.

Папка для ВКР должна быть подписана (ФИО) на боковой стороне переплета.

В электронную информационную образовательную среду вуза ВКР загружается с отсканированным полностью оформленным титульным листом.

3.4. Защита выпускной квалификационной работы

Предварительная защита выпускной квалификационной работы

Предварительная защита проходит в виде устного выступления обучающегося на расширенном заседании выпускающей кафедры.

Для допуска к предварительной защите обучающийся должен иметь готовую ВКР, проверенную и одобренную руководителем. Кроме текста ВКР необходимо иметь презентацию. Обучающийся должен подготовить текст доклада для выступления перед аудиторией.

Доклад, озвученный на предварительной защите, должен содержать ключевые идеи, отображенные в ВКР. Общая продолжительность доклада на предварительной защите не превышает 10 минут.

Во время презентации работы считается допустимым спрашивать мнение преподавателя по некоторым вопросам.

Доклад обучающегося на предварительной защите должен иметь следующую структуру:

- выступление продолжительностью от полутора до двух минут. За это время обучающийся знакомит слушателей с формулировкой темы ВКР и раскрывает актуальность исследования с научной и практической точек зрения;

- озвучивание целей и задач, поставленных в ВКР, объект, предмет исследования, гипотезы, новизны работы, теоретической и практической значимости. На эту часть предварительной защиты отводится от двух до трех минут доклада;

- методики проведенных исследований, позволивших разрешить поставленные задачи. Эта часть доклада в обязательном порядке сопровождается иллюстрационным материалом. Все тезисы подтверждаются таблицами, графиками и схемами;

- структура работы. Работа состоит из введения, двух глав (по три параграфа в каждой), заключения, списка литературы, приложения.

- анализ результатов исследования;

- рекомендации

- выводы. Данная часть выступления подводит черту под итогами работы и резюмирует полученные в ходе выполнения ВКР результаты.

В докладе неуместно использование единственного числа: «я провел изыскания», «я выполнил работу», лучшей формой принято считать множественное число: «мы провели изыскание», «была выполнена работа по...», «по моему мнению...» и так далее.

Процедура принятия решения по предварительной защите ВКР определяется Положением о кафедре. Решение кафедры по итогам предзащиты оглашается обучающемуся после окончания заседания кафедры. Решение оформляется выпиской из протокола заседания кафедры, которая передается в учебный офис не позднее следующего дня после заседания кафедры.

Процедура защиты выпускной квалификационной работы на заседании ГЭК

Порядок защиты выпускных квалификационных работ определяется Положением о ГИА и Регламентом работы ГЭК.

Защита проводится на открытых заседаниях ГЭК с участием не менее 2/3 членов от полного списочного состава комиссии, утвержденного руководством вуза в торжественной обстановке, публично.

Схематично процедура защиты включает следующие стадии:

- рекомендованное время выступления обучающегося по теме выпускной квалификационной работы – 7–10 минут. В докладе с использованием презентации и других материалов кратко излагаются актуальность работы, цель и задачи, структура работы, освещаются научная и практическая значимость полученных результатов, формулируются рекомендации и выводы;

- оглашение отзыва руководителя ВКР, справки о внедрении ее результатов (при наличии);

- ответы на вопросы председателя и членов государственной экзаменационной комиссии.

После публичного заслушивания всех выпускных квалификационных работ, представленных на защиту, государственная экзаменационная комиссия принимает решение об оценке каждому обучающемуся.

Результаты защиты ВКР определяются оценками: «отлично», «хорошо», «удовлетворительно» или «неудовлетворительно». Оценки «отлично», «хорошо», «удовлетворительно» означают успешное прохождение государственного итогового испытания (защиты ВКР).

В случае неудовлетворительной оценки, полученной на защите выпускной квалификационной работы, имеет право повторно пройти государственную итоговую аттестацию, в порядке и сроке, установленными федеральными нормативными правовыми актами и локальными актами Университета.

Обучающийся имеет право на апелляцию. Порядок подачи и рассмотрения апелляций регулируется Положением о ГИА и Регламентом работы апелляционных комиссий. Наиболее перспективные (инновационные) в теоретическом и практическом плане ВКР могут быть рекомендованы к опубликованию, а также представлены к участию в конкурсе научных студенческих работ. Авторы таких работ могут быть рекомендованы в аспирантуру.

3.5. Примерная тематика выпускных квалификационных работ

1. Разработка коммуникационной кампании предприятия пищевой промышленности
2. SMM-продвижение функциональных продуктов питания.
3. Разработка коммуникационной кампании, направленной на формирование бренда территории рекреационной зоны карьера Захаринского
4. Разработка серии социальных рекламных роликов, направленных на формирование представлений о высоком качестве воды в реке Ока
5. SMM-продвижение выездного детского кафе необычных сладостей в социальной сети Инстаграмм
6. Интернет - сопровождение рекламной кампании предприятия малого бизнеса в строительной сфере
7. Разработка Интернет - сопровождения спортивных мероприятий патриотической направленности
8. Формирование концепции и продвижение современного музейно – выставочного пространства «Музей пищевых технологий»
9. Изучение эмоциональных предпочтений целевой аудитории торговой марки женской одежды ИП «Намазов»
10. (Разработка бренда верхней женской одежды ИП «Намазов»)
11. Разработка коммуникационной кампании, направленной на продвижение патриотических проектов конного клуба ВРОО "Конный Клуб имени генерала Бакланова Я.П." с использованием инструментов Интернет-рекламы
12. Разработка концепции Интернет-продвижения образовательной среды, способствующей творческому развитию и самореализации личности ребенка
13. Разработка коммуникационной кампании, направленной на усиление инновационной составляющей корпоративного бренда предприятиях ОАО «Рот Фронт»
14. Разработка рекламной кампании, направленной на формирование инновационного имиджа ПАО «Группа „Черкизово“», как организации активно использующей механизмы криптозащиты данных
15. Интернет-продвижение информационного портала для размещения научных проектов (витрина проектов)
16. Разработка стратегии продвижения бренда лизингового продукта «Хлебопечение»
17. Событийное продвижение комплексного комбикорма для плотоядных пушных зверей
18. Разработка и последующее продвижение бренда шоколадной продукции ООО «Бритарев Мануфактура»
19. Разработка концепции продвижения бренда овсяного печенья
20. Разработка коммуникационной кампании по формированию представлений у целевой аудитории о роли креатина в спортивном питании
21. Создание бренда «фитнес-мороженого» (с пониженной калорийностью) ООО «ФРОНЕРИ РУС»
22. Разработка бренда темного шоколада, производимого с использованием мальтитола
23. Разработка VTL-акций для продвижения мармелада повышенной пищевой ценности, ориентированных на проведение в городских парках
24. SMM - пивного напитка с применением фруктового сырья
25. Разработка бренда винного напитка на основе коньяка
26. Разработка коммуникационной кампании винного напитка на основе столового виноматериала

27. Разработка BTL-акций для продвижения косметических изделий на основе продуктов ориентированных на проведение в городских парках
28. Разработка бренда косметических изделий на основе натуральных растительных масел
29. Рекламный аспект создания франчайзинговой сети рыбных ресторанов
30. Сервисы «Электронного правительства» как предмет рекламного продвижения
31. Привлечение медийной личности в рекламе как инструмент в войне брендов
Образ России в глазах европейцев формируемый через фотопроекты
32. Образ слабой женщины в современной рекламе
33. Культ еды как психологический фактор выбора в современном обществе (на примере рекламных кампаний выездных ресторанов)
34. Образ России в испанской прессе
35. Блогерство как фактор воздействия на общественное сознание
36. Применение PR-технологий в целях продвижения театрального продукта
37. Роль личного дизайнера в продвижении бренда одежды
38. Механизмы манипуляции общественным мнением в период проведения предвыборной кампании
39. Особенности русского менталитета при создании визуальной коммуникационной кампании
40. Технологии продвижения в социальных сетях на примере молодежного направления Активный гражданин
41. Большой театр как элемент бренда «Россия»
42. Kids-юзабилити в Москве
43. Феномен омбудсмана как механизм коммуникации между государством и обществом
44. Модель патриотизма у современных школьников
45. Этический аспект социальной рекламы в современной России
46. Как PR-технологии в условиях
47. Ребрендинг транспортной системы в электронных сервисах
48. Спонсорство и благотворительность как PR-деятельность в организациях на примере МинБанк
49. Сравнительный анализ бренда Москвы и Санкт-Петербурга в кинематографе
50. Инновационные модели организации выставочной деятельности на примере АО «Вертолеты России»
51. BTL – мероприятия как эффективный инструмент привлечения покупателей (на примере _____)
52. Особенности организации и проведения мастер – классов как способа повышения покупательской лояльности (на примере _____)
53. Современные тенденции POS-рекламы как инструмент продвижения товаров и услуг (на примере _____)
54. «Современные лидеры мнений в контексте развития интернет коммуникации (на примере _____)»
55. Анализ рекламного воздействия на процесс формирования личности ребенка
56. Современные методы продвижения городского стиля, ориентированного на женскую аудиторию
57. Трансформация гендерных ролей на примере женщин в политике
58. Специфика интернет – продвижения на примере _____
59. Сравнительный анализ деятельности электронных порталов _____
60. Информационное сопровождение деятельности госорганов _____
61. Образ мэра города _____
62. Формирование позитивного имиджа политических партий в СМИ во время избирательных компаний (на примере _____)
63. Образ правительства г.Москвы в восприятии пожилых москвичей

64. Деятельность многофункциональных центров предоставления государственных услуг _____
65. Анализ имиджа города _____ формируемый посредством деятельности _____
66. Особенности рекламных обращений, ориентированных на продвижение одежды для молодёжи (на примере _____)
67. Исследование инструментов интернет продвижения для культурно-образовательных центров (на примере _____)
68. Рекламное сопровождение танцевальных организации в России с использованием мультимедийных интернет-инструментов (на примере _____)
69. Особенности восприятия казачеством продакт-плейсмента (product placement) казачества в современном российском кинематографе
70. Роль социальной сети Инстаграм (Instagram) в продвижении товаров малого бизнеса (на примере _____)
71. Специфика продвижения организации в сети Интернет (на примере _____)
72. Пиар-сопровождение приемной кампании института социально-гуманитарных технологий посредством трансляции студенческой жизни в соцсети Instagram
73. Анализ динамики рекламной политики компании «Валио» в условиях современной России
74. Особенности восприятия современной российской молодёжью наглядной пропаганды времён великой отечественной войны 1941-1945
75. PR-инициативы в сети Интернет как инструмент гражданского общества (на примере «глобальной платформы»)
76. Брендбук: выявление предпочтения потребителей в сфере строительных материалов (на примере интернет-магазина «za-laminatom.ru»)
77. Сравнительный анализ конкурентных преимуществ интернет продвижения компаний малого и среднего бизнеса на примере группы компаний «Русский Огород»
78. Выявление современных инструментов саморекламы
79. Образ гендерных ролей в современной печатной рекламе
80. Имиджевая модель продвижения девелоперской компании ЗАО «Химки Групп»
81. Потребительски-ориентированный ребрендинг в сфере услуг на примере такси «Сити-Мобил»
82. Корпоративная культура в образовательных государственных учреждениях
83. Создание коммуникационной кампании для привлечения клиентов в сфере малого бизнеса (на примере торговой коммерческой организации ООО «НиК»)
84. Значение государственных символов в детском сознании
85. Территориальный брендинг. Москва – город бренд: возможности повышения привлекательности и комфортности города
86. Особенности влияния людей с ограниченными возможностями в спорте на формирование здорового образа жизни у молодежи
87. Коммерциализация юмора. Современные аспекты.
88. Карьера, как инструмент продвижения в рекламной индустрии
89. Особенности разработки молодежно-ориентированной социальной рекламы на примере социальной рекламы ориентированной на привлечение военнослужащих в армию РФ
90. Брендинг территории города Севастополь как инструмент создания нового «маршрута туризма»
91. Немедийные коммуникации в сфере коммерческих общеобразовательных организаций (на примере дошкольного образования)
92. Ребрендинг фирменного стиля образовательной организации, ориентированной на казачество» (на примере ГБОУ кадетская школа-интернат № 7 «Московский казачий кадетский корпус» имени М.А. Шолохова)

93. Рекламные методы продвижения услуг дополнительного образования в популяризации электронной формы коммуникаций среди возрастного населения на примере электронного правительства
94. Детские сказки как механизм формирования образов национальной идентичности
95. Ретро-брендинг как способ повышения продаж на рынке
96. Сравнительный анализ инструментов пиар продвижения питомников (отечественный и зарубежный опыт)
97. Анализ современных средств массовой информации транслирующих позицию «лидера мнений» в сфере моды

3.6. Основная и дополнительная литература, необходимая для выполнения выпускной квалификационной работы

Нормативно-правовые акты

Закон РФ от 27.12.91 N 2124-I (ред. от 11.07.2011) «О СРЕДСТВАХ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ»// Консультант плюс (официальный сайт компании) // URL:<http://www.consultant.ru/popular/smi/>

Закон РФ от 13.03.2006 N 38-ФЗ «О РЕКЛАМЕ» // Собрание законодательства РФ, 20.03.2006, N 12, ст. 1232.

Основная литература

1. Багоцци Р.П. Социальная психология потребителя: учеб. пособие; пер. с англ./ П.Багоцци- М.: «Академия», 2008-272с
2. Балашов А.П. Основы менеджмента: учебное пособие/А.П.Балашов- М.: Вузовский учебник,2008-288с.Гриф УМО
3. Батаршев А.В. Учебно-профессиональная мотивация молодежи: учеб. пособие/ А.В. Батаршев- М.: Академия, 2009-192с
4. Бендерас Т.В. Психология лидерства: учебное пособие – СПб.: Питер , 2009.- 488с.
5. Варакута С.А. Связи с общественностью: Учебное пособие.-М.:ИНФРА-М, 2012.-2007с. ГРИФ УМО
6. Гавриленко Н.И. Основы маркетинга: учеб.пособие/Н.И.Гавриленко- М.:Академия,2007-320с Гриф УМО
7. Горчакова В.Г. Имиджелогия. Теория и практика: учеб. пособие/ В.Г. Горчакова- М.: Юнити, 2011-335с. Гриф УМО
8. Гришаева Л.И. Введение в теорию межкультурной коммуникации: учебное пособие / Л.И.Гришаева, Л.В. Цурикова- 5-е изд., испр.-5-е изд.- М.: «Академия» ,2008-352с. ГРИФ
9. Гуманитас т.7 кн.1:Культурология.Русский язык и культура речи. Паблик Рилейшнз / под ред. В.Н.Ивановой-М.: МГУТУ,2008-568с
10. Джефкинс Фрэнк Реклама: учеб. пособие/ пер. с англ.- М.: ЮНИТИ, 2008-543с
11. Зинченко В.Г. Межкультурная коммуникация от системного подхода к синергетической парадигме: учеб. пособие-М.: «Флинта», «Наука»,2008-221с
12. Измайлова М.А. Психология рекламной деятельности: учебник/ М.А.Измайлова-3-е изд.- М.: «Дашков и К»,2012-444с. Гриф МО и науки РФ
13. Ильин А.С. реклама в коммуникационном процессе. Курс лекций/ А.С. Ильин.- М.6 КНОРУС,2012.-142с.
14. Кабушкин Н.И. Основы менеджмента: учеб.пособие/Н.И.Кабушкин-11-е изд.,испр.и доп.-М.: Новое знание,2009-336с. ГРИФ УМО РФ

15. Карпова С.В. Международное рекламное дело: учеб. пособие/ С.В.Карпова- 2-е изд., перераб и доп.- М.: КНОРУС, 2007-288с
16. Ковальчук А.С. Основы имиджологии и делового общения: учеб. пособие- 4-е изд., доп. и перераб.- Ростов-на-Дону,2006-256с
17. Колесникова И.А. Коммуникативная деятельность педагога: учебное пособие - М.: Академия,2007- 336с Гриф
18. Костина А.В.Основы рекламы: учеб. пособие /А.В.Костина, Э.Ф.Макаревич, О.И.Карпухин – М.: КноРус,2006-352с.
19. Кошелев А.Н. Основы менеджмента: учебник/ А.Н. Кошелев, Н.Н. Иванникова- М.: «Экзамен»,2007-510с.
20. Менеджмент: учебное пособие с тестовыми заданиями/ Аветисян М.В., Гайдаренко Л.В., Деева В.А. и др.-М.: Юриспруденция,2008.-248с. ГРИФ УМО РФ
21. Мескон М.Х. Основы менеджмента/ Мескон Майкл Х-3-е изд.: пер. с англ.- М.: Вильямс,2007-672с.
22. Мокшанцев Р.И. Психология рекламы: учеб. пособие- М.: ИНФРА-М; Новосибирск: Сибирское соглашение,2009-230с. Гриф Минобразования РФ
23. Музыкант В.Л. Реклама - М.: ИНФРА-М, 2011. 204 с.
24. 2. Музыкант В.Л. Маркетинговые основы управления коммуникациями (АТL-, ВТL-реклама, интегрированные маркетинговые коммуникации, брэндинг). Полный курс МВА. – М.: ЭКСМО, 2009. 826 с.
25. Основы менеджмента: учеб. пособие /Л.В. Плахова, Т.М.Анурина и др.- М.: КноРус,2007-496с. ГРИФ УМО РФ
26. Панкратов Ф.Г. Основы рекламы: учебник/ Ф.Г.Панкратов, Ю.К. Баженов, В.Г. Шахурин – М.: «Дашков и К», 2007
27. Персикова Т.Н. Межкультурная коммуникация и корпоративная культура: учебное пособие. – М.: Логос, 2008. – 224 с Гриф МО РФ
28. Политическая психология. Хрестоматия: / Сост. Е.Б. Шестопап.-3-е изд.,испр. и доп. -М.: Аспект-Пресс,2011-432с.
29. Полукаров В.Л. Основы менеджмента: учеб.пособие/ В.Л.Полукаров- 3-е изд., перераб. и доп.- М.: КноРус, 2009-240с.Гриф. УМЦ «Классический учебник»
30. Пономарева А.М. Основы рекламной деятельности: организация, планирование, оценка эффективности: учеб-метод. пособие – М.: Финансы и статистика; ИНФРА-М,2008-192с
31. Попов С.Г. Основы менеджмента: Учебное пособие.-2-е изд. , перераб. и доп.- М.: Ось-89,2007.-176с.
32. Психология масс: Хрестоматия/ сост. Райгородский Д.Я. –Самара: Дом «БАХ-РАХ-М»,2006-592с
33. Пустынникова Е.В. Основы менеджмента: учебное пособие/Е.В. Пустынникова.-М.: КНОРУС,2008.-320с. ГРИФ УМО РФ
34. Семенов А.К., Набоков В.И. Основы менеджмента: Учебник.-5-е изд., перераб. и доп.-М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К»,2007.-556с.ГРИФ МО РФ
35. Тен Ю.П. Культурология и межкультурная коммуникация: учебник/ Ю.П.Тен – Ростов Н/Д: Феникс, 2007. – 328с. Гриф УМО
36. Шарков Ф.И. Паблик рилейшнз (связи с общественностью: учеб. пособие/ Ф.И. Шарков – М.: Академический Проект, 2007-304с Гриф УМО
37. Шарков Ф.И. Паблик рилейшнз: учеб. пособие/ Ф.И.Шарков- 2-е изд., испр. и доп.- М.: Дашков и К, 2007- 330с Гриф УМО
38. Шейнов В.П. Эффективная реклама. Секреты успеха/В.П.Шейнов.-М.:Ось-89,2007.-448с.
39. Шестопап Е.Б. Политическая психология.: учебник/ Е.Б. Шестопап.- 4-е изд., перераб. и доп.-М.:Аспект Пресс, 2012.-342 с. ГРИФ МО РФ

Дополнительная литература

1. Алексунин В. А. Маркетинговые коммуникации: практикум : учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности "Маркетинг" / В. А. Алексунин, Е. В. Дубаневич, Е. Н. Скляр. - М.: Дашков, 2011. - 193 с.
2. Барышев А. Ф. Маркетинг: учебник / А. Ф. Барышев. - 8-е изд., испр. - М.: Академия, 2011. - 223 с.
3. Басовский Л. Е. Маркетинг: учеб. пособие / Л. Е. Басовский, Е. Н. Басовская. - 2-е изд., перераб. и доп. - М. : Инфра-М, 2012. - 420 с.
4. Блюм М. А. Маркетинг рекламы : учеб. пособие для студентов образоват. учреждений сред. проф. образования / М. А. Блюм, Б. И. Герасимов, Н. В. Молоткова. - М.: Форум, 2011. - 142 с.
5. Больц Н. Азбука медиа / Норберт Больц ; [пер. с нем. Л. Ионина и А. Черных]. - М. : Европа, 2011. - 132с
6. Григорьев М. Н. Маркетинг: учебник / М. Н. Григорьев. - 3-е изд., перераб. и доп. - М.: Юрайт, 2011. - 448 с.
7. Йеннер, Т. Маркетинговое планирование / Томас Йеннер ; [пер. с нем. О. А. Шипиловой]. - Харьков : Гуманитар. центр, 2010. - 274 с.
8. Ильин А. С. Реклама в коммуникационном процессе : курс лекций / А. С. Ильин. - М. : КноРус, 2011. - 141 с.
9. Иссерс О. С. Речевое воздействие : учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по направлению (специальности) "Связи с общественностью" / О. С. Иссерс. - М.: Флинта : Наука, 2009. - 223 с.
10. Каден Р. Дж. Партизанские маркетинговые исследования : как изучить потребит. спрос, оценить рынок и действия конкурентов без привлечения дорогостоящих специалистов по маркетинговым исслед. : [пер. с англ.] / Роберт Дж. Каден ; [предисл. Д. К. Левинсона]. - М. : ЭКСМО, 2010. 364с.
11. Кузнецов В. Ф. Связи с общественностью: теория и технологии : учебник для студентов вузов, обучающихся по специальности 031600 "Связи с общественностью" / В. Ф. Кузнецов ; Ин-т гуманитарного образования и информ. технологий (ИГУМО). - Изд. 3-е, испр. и перераб. - М. : Аспект Пресс, 2009. - 301 с.
12. Лола Г. Н. Дизайн-код: культура креатива / Лола Г. Н. - СПб. : Элмор, 2011. - 140 с.
13. Лыгина Н. И. Поведение потребителей : учебник для студентов учреждений сред. проф. образования, обучающихся по группе специальностей 0600 "Экономика и управление" / Н. И. Лыгина, Т. Н. Макарова. - М. : Форум : Инфра-М, 2010. - 207 с.
14. Мазилкина, Е. И. Основы рекламы : учеб. пособие для студентов сред. проф. образования, обучающихся по специальности 070700 "Реклама" / Е. И. Мазилкина, Г. Г. Паничкина, Л. А. Ольхова. - М. : Альфа-М : Инфра-М, 2012. - 239 с.
15. Манн И. Б. Маркетинг без бюджета : 50 работающих инструментов / Игорь Манн. - 2-е изд. - М. : Манн, Иванов и Фербер, 2011. - 281 с.
16. Минаева Л. В. Внутрикorporативные связи с общественностью : теория и практика : учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по направлению подготовки (специальности) "Связи с общественностью" / Л. В. Минаева. - М. : Аспект Пресс, 2010. - 286 с.
17. Музыкант В.Л. Музыкант П.В. Социологический аспект рекламной коммуникации: современный подход в контексте мирового тренда. Вестник Российского университета дружбы народов (издание ВАК). Серия социология. 2012. №2. С. 36-42.
18. Роман К. Дэвид Огилви и современная реклама / Кеннет Роман ; [пер. с англ. Е. Виноградова]. – СПб.: Питер, 2010. - 302 с.
19. Связи с общественностью: теория, практика, коммуникационные стратегии : учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по направлению 030600 "Журналистика" и специальности 030601 "Журналистика" / [С. А. Шомова и др.] ; под ред. В. М.

- Горохова, Т. Э. Гринберг. - М. : Аспект Пресс, 2011. - 197 с.
20. Семина М В. Метод интервью в социологии и маркетинге : учеб. пособие / М. В. Семина ; МГУ им. М.В. Ломоносова, Социол. фак. - М. : Кн. дом "Ун-т", 2010. - 307 с.
 21. Синяева И. М. Маркетинг: теория и практика : учебник / И. М. Синяева, О. Н. Романенкова ; Всерос. заоч. финансово-экон. ин-т. - 2-е изд., испр. и доп. - М. : Юрайт, 2011. - 652 с.
 22. Скляр Е. Н. Маркетинговые исследования : практикум : учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности "Маркетинг" / Е. Н. Скляр Г. И. Авдеевко, В. А. Алексунин. - М. : Дашков, 2011. - 213 с.
 23. Слободянюк Э. П. Настольная книга копирайтера / Элина Слободянюк. - 2-е изд. - М. : Манн, Иванов и Фербер, 2011. - 204 с.
 24. Ткачев О. В. Visual бренд: притягивая взгляды потребителей / Олег Ткачев. - М. : Альпина Бизнес Букс, 2009. - 213 с.
 25. Фролов С. С. Связи с общественностью в работе фирмы: стратегия, коммуникация, имидж, брендинг / С. С. Фролов. - М. : URSS : Либроком, 2011. - 364 с.
 26. Четвертков Н. В. Современная пресс-служба: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 030602.65 (350400) "Связи с общественностью" / Н. В. Четвертков. - 2-е изд., перераб. и доп. - М. : Аспект Пресс, 2010. - 190 с.
 27. Чумиков А. Н. Кейсы и деловые игры по связям с общественностью : учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности "Связи с общественностью" / А. Н. Чумиков. - М. : КноРус, 2010. - 147с.
 28. Чумиков А. Н. Реклама и связи с общественностью : имидж, репутация, бренд: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по направлению подготовки (специальности) "Реклама и связи с общественностью": [для бакалавров] / А. Н. Чумиков. - М. : Аспект Пресс, 2012. - 157 с.
 29. Шарков Ф. И. Константы гудвилла : стиль, паблисити, репутация, имидж и бренд фирмы : учеб. пособие / Ф. И. Шарков ; Междунар. акад. бизнеса и упр., Ин-т соврем. коммуникац. систем и технологий. - 2-е изд. - М. : Дашков : Изд-во Шаркова, 2012. - 271 с.
 30. Шерковин Ю.А. Убеждение и внушение в массовых информационных процессах // Политическая психология: Хрестоматия/ сост. Е.Б. Шестопап – М.:Аспект Пресс, 2007, стр. 71.;
 31. Умберто Эко К семиотическому анализу телевизионного сообщения// Eco, U. Towards a Semiotic Inquiry into the Television Message. Working Papers in Cultural Studies, 1972, 2. Pp. 103-121;
 32. Ядов В.А. Стратегия социологического исследования. Описание, объяснение, понимание социальной реальности. 3-е изд., испр. — М.: Омега-Л, 2007,567 с.
 33. Яцутко Д.Н. Политическая метафора в языке СМИ - М.: 1995

Дополнительная литература на иностранных языках:

1. John Hegarty Hegarty on Advertising Thames & Hudson, 2011. 224 p
2. Luke Sullivan Hey, Whipple, Squeeze This: The Classic Guide to Creating Great Ads. John Wiley & Sons , 2012. 386 p.
3. Teressa Iezzi The Idea Writers: Copywriting in a New Media and Marketing Era Palgrave Macmillan, 2010. 224 p
4. George Lois Damn Good Advice (For People with Talent!): How To Unleash Your Creative Potential by America's Master Communicator, George Lois Phaidon Press, 2012. 224 p.
5. Terry O'Reilly, Mike Tennant The Age of Persuasion: How Marketing Ate Our Culture Knopf Canada, 2012. 352 p.

6. Roger Dooley Brainfluence: 100 Ways to Persuade and Convince Consumers with Neuromarketing John Wiley & Sons, 2011. 386 p.
7. Marc Gobe Emotional Branding: The New Paradigm for Connecting Brands to People Allworth Press, 2010. 352 p.

Адреса ресурсов Интернет

Специализированные информационные сайты:

1. www.rupr.ru - PR в России - профессиональный журнал
2. www.СМИ.ru - Обменная сеть, сервис для привлечения целевых посетителей на сайт
3. www.lenta.ru - Новости, статьи, фотографии, видео.
4. www.prinfo.ru - PR-акции, нейминг и айдентика бренда фирменный стиль и упаковка
5. www.adme.ru - О творчестве. Работы художников, дизайнеров, фотографов, рекламистов.
6. www.advertology.ru - все о рекламе, маркетинге и PR Все о рекламе, маркетинге и PR. Ежедневно мировые и российские новости рекламы маркетинга и PR
7. www.SOVETNIK.ru - Профессиональный PR-портал. Новости российского и мирового PR. Исследования. Библиотека книг о PR. Архив журнала «Советник»
8. www.prwekuk.com - PR Week is the leading source of news, analysis, features & jobs for the Public Relations industry.
9. www.odwyerpr.com - Features breaking news about the public relations industry, a database of PR firms, listing of PR service firms, client search tool and job postings
10. www.outdoormedia.ru - профессиональное отраслевое издание, посвященное индустрии наружной рекламы.
11. www.naroozhka.ru - журнал
12. www.4p.ru – журнал

Сайты профессиональных международных организаций в области рекламы и связей с общественностью:

1. Европейская конфедерация связей с общественностью (CERP): www.sbj.ac.at/cerp
2. Международная Ассоциация по связям с общественностью (IPRA): www.ipranet.ru
3. Ассоциация компаний-консультантов в области общественных связей (АКОС): www.akos.newmail.ru
4. Международный Комитет Ассоциаций компаний-консультантов в области связей с общественностью (ICCO): www.marrtex.co.uk/prca
5. Американское общество по связям с общественностью (PRSA): www.prsa.org
6. Международная рекламная ассоциация: www.IAA.com
7. Ассоциация коммуникационных агентств России: www.akar.ru

3.7. Содержание контактной и самостоятельной работы

3.7.1. Основные формы контактной работы:

1. Консультации по выбору темы выпускной квалификационной работы.
2. Формирование задания на выполнение выпускной квалификационной работы
3. Консультации по разделам выпускной квалификационной работы.
4. Консультации по подготовке доклада и презентации.
5. Написание отзыва.

3.7.2 Основные формы самостоятельной работы:

Теоретическая работа и эмпирическая работа

1. Работа с нормативно-правовыми актами

Первым признаком нормативного правового акта является наличие определенной процедуры его принятия, изменения и отмены. Для того чтобы рассмотреть данный признак необходимо:

- 1) иметь представление о порядке вступления в силу, изменения и отмены современных нормативных правовых актов в зависимости от их вида;
- 2) разграничивать такие категории, как «вступление в силу», «обнародование» и «официальное опубликование».

При работе с содержательной частью нормативно-правового акта необходимо:

- 1) иметь представление о системе и структуре органов государственной власти, правоохранительных органов;
- 2) рассмотреть понятийный аппарат закона;
- 3) уяснить структуру нормативно-правового акта;

При работе с конкретными нормами, в частности при решении задач, необходимо:

- 1) уяснить понятийный аппарат нормы;
- 2) выделить структурные элементы правовой нормы;
- 3) проанализировать норму с учетом ее структуры.

Если необходимо законспектировать нормативно-правовые акты, то лучше это делать в форме логических схем.

2. Работа с учебной и научной литературой

Основу самостоятельной работы обучающегося составляет работа с учебной и научной литературой. Из опыта работы с книгой (текстом) следует определенная последовательность действий, которой целесообразно придерживаться. Сначала прочитать весь текст в быстром темпе. Цель такого чтения заключается в том, чтобы создать общее представление об изучаемом (не запоминать, а понять общий смысл прочитанного). Затем прочитать вторично, более медленно, чтобы в ходе чтения понять и запомнить смысл каждой фразы, каждого положения и вопроса в целом.

Чтение приносит пользу и становится продуктивным, когда сопровождается записями. Это может быть составление плана прочитанного текста, тезисы или выписки, конспектирование и др.

Выбор вида записи зависит от характера изучаемого материала и целей работы с ним.

Если содержание материала несложное, легко усваиваемое, можно ограничиться составлением плана.

Если материал содержит новую и трудно усваиваемую информацию, целесообразно его законспектировать. Результаты конспектирования могут быть представлены в различных формах.

План – это схема прочитанного материала, краткий (или подробный) перечень вопросов, отражающих структуру и последовательность материала. Подробно составленный план вполне заменяет конспект.

Конспект – это систематизированное, логичное изложение материала источника. Различаются четыре типа конспектов.

План-конспект – это развернутый детализированный план, в котором достаточно подробные записи приводятся по тем пунктам плана, которые нуждаются в пояснении.

Текстуальный конспект – это воспроизведение наиболее важных положений и фактов источника.

Свободный конспект – это четко и кратко сформулированные (изложенные) основные положения в результате глубокого осмысливания материала. В нем могут

присутствовать выписки, цитаты, тезисы; часть материала может быть представлена планом.

Тематический конспект – составляется на основе изучения ряда источников и дает более или менее исчерпывающий ответ по какой-то схеме (вопросу).

В процессе изучения материала источника, составления конспекта нужно обязательно применять различные выделения, подзаголовки, создавая блочную структуру конспекта. Это делает конспект легко воспринимаемым, удобным для работы.

Особенности конспектирования научной статьи. Основное в конспектировании научных работ — умение выделить главное, рациональное. Основное правило такого вида работы: нельзя менять текст первоисточника, то есть цитаты подаются без изменений, сохраняется авторская пунктуация. Он должен быть настолько точным, чтобы в дальнейшем его можно было использовать при написании курсовых работ. Примечания к таким конспектам чаще всего имеют такие специальные знаки: NB — nota bene (заметь хорошо, возьми на заметку, обрати внимание), Sic! (было именно так и никак иначе, даже если очевидно, что тут ошибка; "я знаю, что тут ошибка, но так было в оригинале"), знаки восклицания и знаки вопросов.

Особенности конспектирования словарной статьи. Основное задание во время работы со словарем — выписка отдельных значений слов, но студенты чаще всего переписывают текст из словарной статьи без изменений и сокращений, что само по себе неправильно. Цель работы — выборочно выписать необходимую информацию. Примеры использования слов и их грамматические характеристики переписывать не нужно.

Проектная и исследовательская работа

1. Описание расчетов рекомендуется производить по следующей схеме:

вводная часть;
 принятые обозначения и сокращения;
 постановка задачи;
 метод решения задачи;
 алгоритм решения, перечень исходных данных и получаемых результатов;
 приложения.

2. Описание проведенных испытаний рекомендуется производить по следующей схеме:

вводная часть;
 общие положения;
 требования к проведению испытаний;
 форма, размеры и методы отбора образцов;
 испытательное оборудование;
 методика проведения испытаний;
 статистическая обработка результатов испытаний;
 обработка результатов испытаний методами экстремального планирования эксперимента;
 приложения.

3. Подготовка доклада и презентации

Доклад – это запись устного сообщения по какой-либо теме. С докладом студент выступает на защите выпускной квалификационной работы.

Само выступление должно состоять из трех частей: вступление (10-15% общего времени, отведенного на выступление), основной части (60-70%), заключения (20-25%). Длительность выступления определяется регламентом конференции, как правило, не превышает 10 минут. Требования к основному тезису выступления:

- фраза должна утверждать главную мысль и соответствовать цели выступления;
- суждение должно быть кратким, ясным, легко удерживаться в кратковременной памяти;
- мысль должна пониматься однозначно, не заключать в себе противоречия.

Если использование специальных терминов и слов, которые часть аудитории может не понять, необходимо, то постарайтесь дать краткую характеристику каждому из них, когда употребляете их в процессе презентации впервые.

Самые частые ошибки в основной части доклада - выход за пределы рассматриваемых вопросов, перекрывание пунктов плана, усложнение отдельных положений речи, а также перегрузка текста теоретическими рассуждениями, обилие затронутых вопросов (декларативность, бездоказательность), отсутствие связи между частями выступления, несоразмерность частей выступления (затянутое вступление, «скомканность» основных положений, заключения).

В заключении необходимо сформулировать выводы, которые следуют из основной идеи (идей) выступления. Правильно построенное заключение способствует хорошему впечатлению от выступления в целом. В заключении имеет смысл повторить стержневую идею и, кроме того, вновь (в кратком виде) вернуться к тем моментам основной части, которые вызвали интерес слушателей.

Правила организации материала *в презентации*:

Главную информацию — в начало.

Тезис слайда — в заголовок.

Анимация — не развлечение, а метод передачи информации, с помощью которого можно привлечь и удержать внимание слушателей.

Традиционно, компьютерная презентация должна состоять не более чем из 10-15 слайдов.

Правило хорошей визуализации информации заключается в тезисе: "Схема, рисунок, график, таблица, текст". Именно в такой последовательности. Как только студентом сформулировано то, что он хочет донести до слушателей в каком-то конкретном слайде, необходимо подумать, как это представить в виде схемы? Не получается как схему – переходим к рисунку, затем к графику, затем к таблице. Текст используется в презентациях, только если все предыдущие способы отображения информации не подходят.

IV. КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ РЕЗУЛЬТАТОВ ЗАЩИТЫ ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЫ

В связи с тем, что все общекультурные и общепрофессиональные компетенции, а также профессиональные компетенции, отнесенные к тем видам профессиональной деятельности, на которые ориентирована программа магистратуры, включаются в набор требуемых результатов освоения программы магистратуры (п. 5.5. ФГОС ВО), на защиту выпускной квалификационной работы выносятся оценка нижеперечисленных компетенций.

Выпускник, освоивший программу, должен обладать следующими **общекультурными компетенциями (ОК):**

- способностью к абстрактному мышлению, анализу, синтезу (ОК-1);
- готовностью действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения (ОК-2);
- готовностью к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала (ОК-3);
- способностью к самостоятельному обучению новым методам исследования, к изменению научного и научно-производственного профиля своей профес-

сиональной деятельности (ОК-4);

- способностью свободно пользоваться иностранными языками как средством делового общения (ОК-5);
- способностью воспринимать различия этнических особенностей, традиций и культур, самостоятельно работать в кросс-культурном пространстве и на международном уровне (ОК-6).

Выпускник, освоивший программу, должен обладать следующими **общепрофессиональными компетенциями (ОПК)**:

- способностью руководить осуществлением профессиональных функций в области рекламы и связей с общественностью в государственных, общественных, коммерческих структурах, средствах массовой информации, в социальной сфере, сфере политики, экономики, производства, торговли, науки, культуры, спорта (ОПК-1);
- способностью планировать и осуществлять коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-2);
- владением корректной устной и письменной речью в рамках профессиональной тематики на русском и иностранных языках (ОПК-3);
- способностью вести диалог, переписку, переговоры на иностранном языке в рамках уровня поставленных задач для решения профессиональных вопросов (ОПК-4);
- владением техниками установления профессиональных контактов и развития профессионального общения, в том числе на иностранных языках (ОПК-5);
- владением методами делового общения в интернациональной среде, способностью использовать особенности местной деловой культуры зарубежных стран (ОПК-6);
- способностью самостоятельно приобретать с помощью информационных технологий и использовать в практической деятельности новые знания и умения, в том числе в новых областях знаний, непосредственно не связанных со сферой деятельности (ОПК-7);
- готовностью на практике защитить свои законные права, в том числе права личности, при уважении к соответствующим правам других в многоэтническом и интернациональном окружении (ОПК-8);
- способностью нести персональную ответственность за результаты своей профессиональной деятельности (ОПК-9).

Выпускник, освоивший программу, должен обладать **профессиональными компетенциями (ПК), соответствующими виду/видам деятельности в соответствии с ФГОС, на которые ориентирована ОПОП**:

организационно-управленческая деятельность:

- способностью управлять процессами стратегического планирования, подготовки, творческой проработки и реализации коммуникационных программ и мероприятий, обеспечивать их качество и эффективность (ПК-1);
- способностью осуществлять корректировку и контроль коммуникационных программ и мероприятий (ПК-2);
- способностью разрабатывать стратегические концепции и бизнес-планы проектов, осуществлять руководство проектной деятельностью (ПК-3);
- способностью управлять деятельностью коллектива, планировать его работу, обеспечивать ее эффективность (ПК-4);
- способностью работать с персоналом, оценивать производительность и качество его труда, устранять конфликты, обеспечивать сплоченность коллектива, толерантность (ПК-5);
- способностью самостоятельно принимать управленческие решения и нести за них ответственность (ПК-6);

- способностью разрабатывать эффективную стратегию и формировать политику риск-менеджмента на предприятии, оперативно принимать решения в кризисных ситуациях (ПК-7);
- способностью оценивать затраты и результаты деятельности организации (ПК-8);
- способностью к выработке нестандартных решений (ПК-9);
- способностью применять перспективные теории и приемы менеджмента, бизнес-процессов, маркетинга (ПК-10);
- способностью разрабатывать планы и программы инновационной деятельности, технико-экономические обоснования инновационных проектов (ПК-11);

коммуникационная деятельность:

- способностью определять стратегические цели и руководить проектированием, планированием, подготовкой и реализацией коммуникационных кампаний и мероприятий (ПК-12);
- способностью руководить созданием эффективной коммуникационной инфраструктуры организации (ПК-13);

научно-исследовательская и педагогическая деятельность

- способностью ставить задачи исследования, выбирать методы экспериментальной работы, подготавливать базу для научных исследований (ПК-20);
- способностью применять в исследованиях основные концепции и принципы самоорганизации, эволюции, воспроизводства и развития систем, учитывать их динамику и тенденции (ПК-21);
- способностью интегрировать знания, формировать суждения и принимать решения на основе неполной и ограниченной информации (ПК-22);
- способностью решать концептуальные и прикладные задачи в широком или междисциплинарном контексте (ПК-23);
- способностью к анализу и синтезу, научным обобщениям, выводам и аргументированию соображений, выдвижению новых идей, в том числе в исследовательском контексте (ПК-24);
- способностью интерпретировать и представлять результаты научных исследований, составлять практические рекомендации на их основе, выдвигать принципиально новые гипотезы, прогнозировать тенденции (ПК-25);
- способностью применять накопленные знания и опираться на них в подготовке и написании научно-исследовательских работ, включая кандидатские и докторские диссертации (ПК-26).

Оценка сформированности компетенций на защите ВКР осуществляется на основе содержания ВКР, доклада выпускника на защите, ответов на дополнительные вопросы с учетом характеристики профессиональной деятельности выпускника в период прохождения преддипломной практики и отзыва руководителя ВКР.

При оценке сформированности компетенций выпускников на защите ВКР рекомендуется учитывать сформированность следующих составляющих компетенций:

- полнота знаний, оценивается на основе теоретической части работы и ответов на вопросы;
- наличие умений (навыков), оценивается на основе эмпирической части работы и ответов на вопросы;
- владение опытом, проявление личностной готовности к профессиональному самосовершенствованию оценивается на основе содержания ответов на вопросы.

По результатам защиты ВКР оформляется оценочный лист с указанием оценки и уровня сформированности компетенций.

Критерии оценки результатов защиты ВКР	Компетенции
Актуальность и новизна темы	ОК-1; ОК-2; ОК-3;

Достаточность использованной отечественной и зарубежной литературы по теме	ОК-4; ОК-5; ОК-6;
Практическая значимость ВКР	ОПК-1; ОПК-2;
Соответствие содержания работы теме, целям и задачам, сформулированным автором, а также соответствие объекта и предмета исследования месту прохождения преддипломной практики	ОПК-3; ОПК-4; ОПК-5; ОПК-6; ОПК-7; ОПК-8;
Использование при написании ВКР материала, полученного в ходе прохождения преддипломной практики, достаточность собранных эмпирических данных для выполнения поставленных задач по доказательству гипотезы ВКР	ОПК-9; ПК-1; ПК-2; ПК-3; ПК-4; ПК-5; ПК-6; ПК-7; ПК-8;
Глубина и обоснованность анализа и интерпретации полученных результатов и выводов	ПК-9; ПК-10; ПК-11; ПК-12; ПК-13; ПК-
Четкость и грамотность изложения материала, качество оформления работы	20; ПК-21; ПК-22; ПК-23; ПК-24; ПК-
Умение вести полемику по теоретическим и практическим вопросам ВКР, глубина и правильность ответов на вопросы членов ГЭК и замечания руководителя ВКР	25; ПК-26
Качество презентации ВКР	

Типичные недостатки ВКР, влияющие на результат защиты (оценку).

1. Оформление:

- наличие неисправленных опечаток и пропущенных строк;
- отсутствие названий таблиц, графиков, гистограмм;
- отсутствие пояснений и условных обозначений к таблицам и графикам;
- отсутствие авторской интерпретации содержания таблиц и графиков;
- отсутствие в работе «Введения», «Заключения», или и того и другого;
- наличие ошибок в оформлении библиографии.
- пропуск в оглавлении отдельных параграфов, глав.

2. Недостатки основной части работы:

- использование устаревших источников и материалов;
- наличие фактических ошибок в изложении чужих экспериментальных результатов или теоретических позиций;
- отсутствие упоминаний важных литературных источников, имеющих прямое отношение к решаемой проблеме и опубликованных в доступной для обучающегося литературе не менее двух лет назад (доступность литературы обоснована наличием текстов в научных библиотеках г. Москвы);
- использование больших кусков чужих текстов без указания их источника (в том числе – ВКР других обучающихся);
- отсутствие анализа зарубежных работ, посвященных проблеме исследования;
- отсутствие анализа отечественных работ, посвященных проблеме исследования;
- теоретическая часть не завершается выводами и формулировкой предмета собственного практического исследования;
- название работы не отражает её реальное содержание;
- работа распадается на две разные части: теоретическую и практическую, которые плохо состыкуются друг с другом;
- имеет место совпадение формулировки проблемы, цели, задач работы;
- в работе отсутствует интерпретация полученных результатов, выводы построены как констатация первичных данных;
- полученные результаты автор не пытается соотнести с результатами других исследователей, чьи работы он обсуждал в теоретической части;
- автор использует данные других исследователей без ссылки на их работы, где эти результаты опубликованы.

Шкала оценивания выпускной квалификационной работы

Описание критериев оценивания результатов защиты ВКР	Оценка ВКР/ Уровень сформированности компетенций
<ul style="list-style-type: none"> – Тема работы соответствует проблематике направления; – в работе правильно определены объект и предмет исследования; – в работе обучающийся продемонстрировал понимание закономерностей развития и знание практики; – содержание работы показывает, что цели исследования достигнуты, конкретные задачи получили полное и аргументированное решение; – сбор фактического материала осуществляется с использованием адекватных методов и методик; – анализ фактического материала осуществляется с применением средств; – фактический материал репрезентативен (по числу использованных методик и объему выборки); – в работе отсутствуют фактические ошибки; – в работе получены значимые результаты и сделаны убедительные выводы; – отсутствуют элементы плагиата; – оформление работы соответствует требованиям; – структура работы отражает логику изложения процесса исследования; – в работе ставятся цели и перечисляются конкретные задачи исследования, делаются аргументированные умозаключения и приводятся выводы по всем главам работы; – в заключении обобщается весь ход исследования, излагаются основные результаты проведенного анализа, подчеркивается практическая значимость предложений и разработок; – список использованной литературы составлен в соответствии с правилами библиографического описания и насчитывает число источников, достаточное для раскрытия темы исследования; – работа не содержит орфографических ошибок, опечаток и других технических погрешностей; – язык и стиль изложения соответствует нормам русского языка; – обучающийся демонстрирует знание терминологической базы исследования, умение оперировать ею; – умение пользоваться научным стилем речи; – умение представить работу в научном контексте; – умение концептуально и системно рассматривать проблему исследования; – имеется положительный отзыв руководителя ВКР о работе обучающегося в период написания ВКР; – обучающийся на защите проявил достаточный уровень знания и понимания теоретических проблем, связанных с темой исследования; – обучающийся на защите проявил достаточное понимание практических проблем, связанных с темой исследования; – доклад/ презентация полно, аргументированно и наглядно представляет результаты исследования; – обучающийся отвечает на все заданные вопросы правильно, предоставляя полную и развернутую информацию. 	<p style="text-align: center;">«ОТЛИЧНО»</p> <p style="text-align: center;">/</p> <p>Уровень сформированности компетенций «ВЫСОКИЙ»</p>

<ul style="list-style-type: none"> – Содержание работы соответствует изложенным выше требованиям, предъявляемым к работе с оценкой «отлично»; – анализ конкретного материала в работе проведен с незначительными отступлениями от требований, предъявляемых к работе с оценкой «отлично»; – фактический материал в целом репрезентативен; – структура работы в основном соответствует изложенным требованиям; – выводы и/или заключение работы неполны; – оформление работы в основном соответствует изложенным требованиям; – работа содержит ряд орфографических ошибок, опечаток, есть и другие технические погрешности; – обучающийся демонстрирует знание основных исследуемых понятий, умение оперировать ими; – обучающийся демонстрирует умение анализировать информацию в области предмета исследования; – обучающийся демонстрирует умение защитить основные положения своей работы; – на защите проявил недостаточный уровень знания и понимания теоретических проблем, связанных с темой исследования; – обучающийся на защите не проявил достаточно понимания практических проблем по теме исследования; – допускает единичные (негрубые) стилистические и речевые погрешности; – имеется положительный отзыв руководителя ВКР о работе обучающегося в период написания ВКР; – обучающийся отвечает на большую часть (порядка 70%) заданных вопросов членов ГЭК правильно. 	<p style="text-align: center;">Оценка «ХОРОШО» /</p> <p style="text-align: center;">Уровень сформированности компетенций «ПРОДВИНУТЫЙ»</p>
<ul style="list-style-type: none"> – Содержание работы не соответствует одному или нескольким требованиям, предъявляемым к работе с оценкой «хорошо»; – обучающийся на защите не проявил достаточного знания и понимания теоретических проблем, связанных с темой исследования; – фактический материал недостаточно репрезентативен (по числу использованных методик или по объему выборки); – анализ материала проведен поверхностно, без использования обоснованного и адекватного метода интерпретации языковых или литературных фактов; – исследуемый материал недостаточен для мотивированных выводов по заявленной теме; – в работе допущен ряд фактических ошибок; – отсутствуют выводы по главам, заключение не отражает теоретической значимости результатов исследования; – список использованной литературы содержит недостаточное число источников, доля современных источников не соответствует требованиям; – оформление работы в целом соответствует изложенным выше требованиям; – в работе много орфографических ошибок, опечаток и других технических недостатков; – список использованной литературы оформлен с нарушением правил библиографического описания источников; – речь обучающегося не соответствует нормам русского научного стиля речи; – на защите обучающийся проявил недостаточный уро- 	<p style="text-align: center;">Оценка «УДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО» /</p> <p style="text-align: center;">Уровень сформированности компетенций «Пороговый»</p>

<p>вень знания и понимания теоретических и практических проблем, связанных с темой исследования;</p> <ul style="list-style-type: none"> – обучающийся демонстрирует компилятивность теоретической части работы, недостаточно глубокий анализ материала; – обучающийся на защите демонстрирует посредственную защиту основных положений работы; – имеются стилистические и речевые ошибки; – имеется положительный отзыв руководителя ВКР о работе обучающегося в период написания ВКР; – обучающийся при ответе на вопросы членов ГЭК допускает ошибки, неточности. 	
<ul style="list-style-type: none"> – Содержание работы не соответствует требованиям, предъявляемым к работам с оценкой «удовлетворительно»; – в работе установлены части, написанные иным лицом; – работа выполнена несамостоятельно, обучающийся на защите не может обосновать результаты представленного исследования; – сбор и анализ фактического материала носит фрагментарный, произвольный и/или неполный характер; – в работе много фактических ошибок; – фактический материал недостаточен для раскрытия заявленной темы; – структура работы нарушает требования к изложению хода исследования; – выводы отсутствуют или не отражают теоретические положения, обсуждаемые в соответствующих главах работы; – список используемой литературы не отражает проблематику, связанную с темой исследования, отсутствуют современные источники; – оформление работы не соответствует предъявляемым требованиям; – в работе много орфографических ошибок, опечаток и других технических недостатков; – список используемой литературы оформлен с нарушением правил библиографического описания источников; – язык не соответствует нормам русского научного стиля речи; – на защите обучающийся проявил низкий уровень знания и понимания теоретических проблем, связанных с темой исследования; – доклад/ презентация не отражает результатов исследования; – обучающийся не способен (отказывается) ответить на вопросы членов ГЭК. 	<p>Оценка «НЕУДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО» /</p> <p>Уровень сформированности компетенций «НЕДОСТАТОЧНЫЙ»</p>

Результаты защиты ВКР заносятся в оценочный лист (Приложение 7).

Защита выпускной квалификационной работы оценивается с учетом:

1. Содержания и формальных критериев ВКР
2. Отзывы руководителя ВКР
3. Качества презентации ВКР и ответов обучающегося на вопросы членов ГЭК.

Общую оценку за выпускную квалификационную работу выводят члены государственной экзаменационной комиссии на коллегиальной основе с учетом соответствия содержания заявленной темы, глубины ее раскрытия, соответствия оформления приня-

тым стандартам, владения теоретическим материалом, грамотности его изложения, проявленной способности выпускника демонстрировать собственное видение проблемы и умение мотивированно его обосновать.

После окончания защиты выпускных квалификационных работ государственной экзаменационной комиссией на закрытом заседании (допускается присутствие руководителей выпускных квалификационных работ) обсуждаются результаты защиты и большинством голосов выносятся решение об уровне сформированности компетенций, выносимых на государственную итоговую аттестацию, и выставляется соответствующая оценка.

В качестве типовых контрольных заданий для оценки освоения образовательной программы приведены темы ВКР. На основании защиты ВКР ГЭК судит о том, умеет ли обучающийся самостоятельно творчески мыслить, критически оценивать факты, систематизировать и обобщать материал, выделять в этом материале главное, использовать современные научные подходы и технологии, а также видит ли обучающийся пути применения результатов своей работы на практике.

Решение о соответствии компетенций выпускника требованиям ФГОС ВО по направлению подготовки 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль) программы магистратуры «Индустрия рекламы и визуальные коммуникации» при защите выпускной квалификационной работы принимается членами государственной экзаменационной комиссии.

Результаты защиты выпускной квалификационной работы определяются оценками: «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

V. ПОРЯДОК ПОДАЧИ И РАССМОТРЕНИЯ АПЕЛЛЯЦИИ

Порядок подачи апелляций

По результатам государственных аттестационных испытаний обучающийся имеет право на апелляцию.

Обучающийся имеет право подать в апелляционную комиссию письменную апелляцию о нарушении, по его мнению, установленной процедуры проведения государственного аттестационного испытания, и (или) несогласии с результатами государственного аттестационного испытания (только по итогам государственного экзамена).

Апелляция подается лично обучающимся в апелляционную комиссию не позднее следующего рабочего дня после объявления результатов государственного аттестационного испытания.

Порядок рассмотрения апелляции

Для рассмотрения апелляции секретарь государственной экзаменационной комиссии направляет в апелляционную комиссию протокол заседания государственной экзаменационной комиссии, заключение председателя государственной экзаменационной комиссии о соблюдении процедурных вопросов при проведении государственного аттестационного испытания, а также выпускную квалификационную работу, отзыв.

Апелляция не позднее 2 рабочих дней со дня подачи рассматривается на заседании апелляционной комиссии, на которое приглашаются председатель государственной экзаменационной комиссии и обучающийся, подавший апелляцию. Заседание апелляционной комиссии может проводиться в отсутствие обучающегося, подавшего апелляцию, в случае его неявки на заседание апелляционной комиссии.

Решение апелляционной комиссии доводится до сведения обучающегося, подавшего апелляцию, в течение 3 рабочих дней со дня заседания апелляционной комиссии. Факт ознакомления обучающегося, подавшего апелляцию, с решением апелляционной комиссии удостоверяется подписью обучающегося.

При рассмотрении апелляции о нарушении процедуры проведения государственного аттестационного испытания апелляционная комиссия принимает одно из следующих решений:

- об отклонении апелляции, если изложенные в ней сведения о нарушениях процедуры проведения государственного аттестационного испытания обучающегося не подтвердились и (или) не повлияли на результат государственного аттестационного испытания;

- об удовлетворении апелляции, если изложенные в ней сведения о допущенных нарушениях процедуры проведения государственного аттестационного испытания обучающегося подтвердились и повлияли на результат государственного аттестационного испытания.

В случае удовлетворения апелляции результат проведения государственного аттестационного испытания подлежит аннулированию, в связи с чем протокол о рассмотрении апелляции не позднее следующего рабочего дня передается в государственную экзаменационную комиссию для реализации решения апелляционной комиссии. Обучающемуся предоставляется возможность пройти государственное аттестационное испытание в сроки, установленные приказом ректора Университета.

При рассмотрении апелляции о несогласии с результатами государственного аттестационного испытания апелляционная комиссия выносит одно из следующих решений:

- об отклонении апелляции и сохранении результата государственного аттестационного испытания;

- об удовлетворении апелляции и выставлении иного результата государственного аттестационного испытания.

Решение апелляционной комиссии не позднее следующего рабочего дня передается в государственную экзаменационную комиссию. Решение апелляционной комиссии является основанием для аннулирования ранее выставленного результата государственного аттестационного испытания и выставления нового.

Решение апелляционной комиссии является окончательным и пересмотру не подлежит.

Повторное проведение государственного аттестационного испытания обучающегося, подавшего апелляцию, осуществляется в присутствии председателя или одного из членов апелляционной комиссии не позднее даты завершения обучения в университете (институте/филиале) в соответствии со стандартом.

Апелляция на повторное проведение государственного аттестационного испытания не принимается.

VI. ОПИСАНИЕ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ИТОГОВОЙ АТТЕСТАЦИИ

Для организации **самостоятельной работы** обучающихся в период подготовки к процедуре защиты ВКР используется:

- библиотечный фонд вуза, расположенный по адресу: г. Москва, ул. Большой Дровяной переулок, д. 17 стр.1 каб № 11;

- **помещение для самостоятельной работы** - читальный зал (каб. №423Б) (адрес), оснащенный компьютерной техникой с подключением к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду Университета: (например: *короб с огнетушителем (2шт.), стеллаж для книг (19 шт.), стойка библиотекаря (1шт.), столы (1 шт.), столы (29 шт.), сетевое оборудование CISCO (1шт.), компьютерные кресла (34шт.), гарнитура (3шт.), колонка оповещения (5шт.), (1шт.), инструкция по пожарной безопасности (1шт.)*).

Компьютеры для обучающихся по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль) программы магистратуры Рекла-

ма и связи с общественностью в пищевой индустрии, оснащенные следующим лицензионно-программным обеспечением:

Windows 7 Professional Rus x64. Лицензия №61271577. Дата выдачи лицензии 12.12.2012г.

Срок действия лицензии: **бессрочно**.

Microsoft Office Pro plus Rus 2010. Лицензия №61076313, №61271506 . Дата выдачи лицензии 29.10.2012г. Срок действия лицензии: **бессрочно**.

7-Zip Свободно распространяемое ПО.

K-Lite Свободно распространяемое ПО.

Adobe Reader XI Свободно распространяемое ПО.

Kaspersky Endpoint Security 10.

Лицензия 156А-000451-567ВА011.

Сублицензионный договор КВ-1723 от 19.09.2017 г. Срок действия лицензии: 1 год. С последующим продлением.

«КонсультантПлюс». Договор об информационной поддержке Б/Н от 11 ноября 2016 г. Бесплатный общий доступ обучающихся. Срок действия договора: бессрочно.

• Электронно-библиотечные системы (ЭБС)

№ п/п	Ссылка на информационный ресурс	Наименование разработки в электронной форме	Доступность/срок действия договора
1.	http://znanium.com	ЭБС «Znanium.com»	<p>Действующая ЭБС: ООО «ЗНАНИУМ» Договор №0373100036518000004 от 26.07.2018г. до 30.09.2019г.</p> <p>Доступ: из любой точки, где есть подключение к сети Интернет. Договор об информационной поддержке Б/Н от 11 ноября 2016 г. Бесплатный общий доступ обучающихся, с автоматическим продление на каждый последующий год.</p>
2.	https://rucont.ru/	ЭБС ООО «Национальный цифровой ресурс «РУКОНТ»»	<p>Действующая ЭБС: ОАО «Центральный коллектор библиотек «БИБКОМ» Договор № РТ-023/18 от 30.03.2018г. до 02.04.2019 г</p> <p>Доступ: из любой точки, где есть подключение к сети Интернет. Договор об информационной поддержке Б/Н от 11 ноября 2016 г. Бесплатный общий доступ обучающихся, с автоматическим продление на каждый последующий год.</p>

Обучающимся обеспечен доступ к современным профессиональным базам данных и информационным справочным системам:

<p>Университетская информационная система РОССИЯ https://uisrussia.msu.ru/</p>	<p>Тематическая электронная библиотека и база для прикладных исследований в области экономики, управления, социологии, лингвистики, философии, филологии, международных отношений, права.</p>
<p>Федеральная служба государственной статистики http://www.gks.ru/</p>	<p>Удовлетворение потребностей органов власти и управления, средств массовой информации, населения, научной общественности, коммерческих организаций и предпринимателей, международных организаций в разнообразной, объективной и полной статистической информации – главная задача Федеральной службы государственной статистики. Международная экспертиза признала статистические данные Федеральной службы государственной статистики надежными.</p>
<p>портал Электронная библиотека: диссертации http://diss.rsl.ru/?menu=disscatalog/</p>	<p>Российская государственная библиотека предоставляет возможность доступа к полным текстам диссертаций и авторефератов, находящимся в электронной форме, что дает уникальную возможность многим читателям получить интересующую информацию, не покидая своего города. Для доступа к ресурсам ЭБД РГБ создаются Виртуальные читальные залы в библиотеках организаций, в которых и происходит просмотр электронных диссертаций и авторефератов пользователями. Каталог Электронной библиотеки диссертаций РГБ находится в свободном доступе для любого пользователя сети Интернет.</p>
<p>сайт Института научной информации по общественным наукам РАН. http://www.inion.ru</p>	<p>Библиографические базы данных ИНИОН РАН по социальным и гуманитарным наукам ведутся с начала 1980-х годов. Общий объём массивов составляет более 3 млн. 500 тыс. записей (данные на 1 января 2012 г.). Ежегодный прирост — около 100 тыс. записей. В базы данных включаются аннотированные описания книг и статей из журналов и сборников на 140 языках, поступивших в Фундаментальную библиотеку ИНИОН РАН. Описания статей и книг в базах данных снабжены шифром хранения и ссылками на полные тексты источников из Научной электронной библиотеки.</p>
<p>научная электронная библиотека Elibrary http://elibrary.ru/</p>	<p>Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU - это крупнейший российский информационно-аналитический портал в области науки, технологии, медицины и образования, содержащий рефераты и полные тексты более 26 млн научных статей и публикаций, в том числе электронные версии более 5600 российских научно-технических журналов, из которых более 4800 журналов в открытом доступе</p>
<p>Федеральный портал «Российское образование» [Электронный ресурс] – http://www.edu.ru</p>	<p>Федеральный портал «Российское образование» – уникальный интернет-ресурс в сфере образования и науки. Ежедневно публикует самые актуальные новости, анонсы событий, информационные материалы для широкого круга читателей. Ежедневно на портале размещаются эксклюзивные материалы, интервью с ведущими специалистами – педагогами, психологами, учеными, репортажи и аналитические статьи. Читатели получают доступ к нормативно-правовой базе сферы образования, они могут пользоваться самыми различными полезными сервисами – такими, как онлайн-тестирование, опросы по актуальным темам и т.д.</p>

Актуальные тексты нормативных документов доступны в информационных справочных системах:

1. Правовая система «Гарант» www.garant.ru
«Гарант». Договор №13 А/276/16 от 24.11.2016. Бесплатный общий доступ обучающихся. Срок действия договора: бессрочно.
2. Общероссийская сеть распространения правовой информации «Консультант-Плюс» www.consultant.ru
«КонсультантПлюс». Договор об информационной поддержке Б/Н от 11 ноября 2016 г. Бесплатный общий доступ обучающихся. Срок действия договора: до 31 декабря 2016г., с автоматическим продлением ежегодно.
Предзащита ВКР и защита ВКР проходит в учебной аудитории № 300 Кабинет «Общественные процессы, СМИ и рекламные технологии», 109004, г. Москва, ул. Земляной Вал, д. 73

Материально техническое оснащение ауд. № 300 Кабинет «Общественные процессы, СМИ и рекламные технологии»:
Проектор и персональный компьютер для демонстрации различного рода графического материала. Столы, стулья

VII. СРЕДСТВА АДАПТАЦИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПРИ ПРОВЕДЕНИИ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ИТОГОВОЙ АТТЕСТАЦИИ К ПОТРЕБНОСТЯМ ОБУЧАЮЩИХСЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ (ОВЗ)

(при наличии факта зачисления обучающихся с конкретной нозологией)

Для обучающихся из числа инвалидов государственная итоговая аттестация проводится университетом (институтом/филиалом) с учетом особенностей их психофизического развития, их индивидуальных возможностей и состояния здоровья (далее - индивидуальные особенности).

При проведении государственной итоговой аттестации обеспечивается соблюдение следующих общих требований:

- проведение государственной итоговой аттестации для инвалидов в одной аудитории совместно с обучающимися, не являющимися инвалидами, если это не создает трудностей для инвалидов и иных обучающихся при прохождении государственной итоговой аттестации;
- присутствие в аудитории ассистента (ассистентов), оказывающего обучающимся инвалидам необходимую техническую помощь с учетом их индивидуальных особенностей (занять рабочее место, передвигаться, прочитать и оформить задание, общаться с председателем и членами государственной экзаменационной комиссии);
- пользование необходимыми обучающимся инвалидам техническими средствами при прохождении государственной итоговой аттестации с учетом их индивидуальных особенностей;
- обеспечение возможности беспрепятственного доступа обучающихся инвалидов в аудитории, туалетные и другие помещения, а также их пребывания в указанных помещениях (наличие пандусов, поручней, расширенных дверных проемов, лифтов, при отсутствии лифтов аудитория должна располагаться на первом этаже, наличие специальных кресел и других приспособлений).

Все локальные нормативные акты Университета по вопросам проведения государственной итоговой аттестации доводятся до сведения обучающихся инвалидов в доступной для них форме.

По письменному заявлению обучающегося инвалида продолжительность сдачи

обучающимся инвалидом государственного аттестационного испытания может быть увеличена по отношению к установленной продолжительности его сдачи:

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

В зависимости от индивидуальных особенностей обучающихся с ограниченными возможностями здоровья Университет (институт/филиал) 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 университете (институте/филиале)).

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).

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
 ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
 УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
 МОСКОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ТЕХНОЛОГИЙ И
 УПРАВЛЕНИЯ ИМЕНИ К.Г. РАЗУМОВСКОГО (ПЕРВЫЙ КАЗАЧИЙ
 УНИВЕРСИТЕТ)

УТВЕРЖДАЮ
 Зав. кафедрой

Зав. кафедрой _____
 от обучающегося группы _____

« ____ »

20 ____ г.

 (фамилия, имя, отчество)

 направление подготовки

ЗАЯВЛЕНИЕ

Прошу утвердить мне тему выпускной квалификационной работы: _____

и руководителя _____

Обучающийся _____ Дата _____
 (подпись)

Отметки кафедры:

Утвердить руководителем выпускной квалификационной работы _____

 (фамилия, инициалы)

 (ученая степень, ученое звание)

КАЛЕНДАРНЫЙ ГРАФИК ВЫПОЛНЕНИЯ ВКР

№ раздела	Содержание раздела	Срок	
		Начала	Окончания
1	Подбор и изучение литературы		
2	Разработка 1-й главы		
3	Проверка 1-й главы руководителем и доработка ее по замечаниям руководителя		
4	Разработка 2-й главы		
5	Проверка 2-й главы руководителем и ее доработка		
6	Написание введения и заключения, представление законченной работы руководителю		
7	Проверка руководителем законченной работы		
8	Доработка ВКР по замечаниям руководителя и оформление работы		
9	Представление законченной работы на кафедру		

Руководитель ВКР _____
 (подпись) (ученая степень, ученое звание, фамилия И.О.)

Обучающийся _____
 (подпись) (фамилия И.О.)

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
МОСКОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ТЕХНОЛОГИЙ И
УПРАВЛЕНИЯ ИМЕНИ К.Г. РАЗУМОВСКОГО (ПЕРВЫЙ КАЗАЧИЙ
УНИВЕРСИТЕТ)

ОТЗЫВ РУКОВОДИТЕЛЯ ВКР

Обучающийся _____
(Фамилия, имя, отчество)

Учебная группа _____

Руководитель ВКР _____
(должность, ученая степень и звание)

(Фамилия, имя, отчество)

ТЕКСТ ОТЗЫВА

Подпись _____ Дата _____

Отзыв руководителя – это упорядоченное перечисление качеств выпускника, выявленных в ходе выполнения ВКР. Он составляется в произвольной форме с обязательным освещением следующих основных вопросов:

1. Соответствие содержания ВКР требованиям ФГОС ВО к выпускной квалификационной работе по данному направлению подготовки.
2. Оценка личностных качеств выпускника: самостоятельность, инициативность, ответственность, умение организовать свой труд.
3. Способность делать теоретические обобщения и практические выводы в процессе анализа поставленных в ВКР вопросов.
4. Способность к проведению исследований и оценке их результатов (если они предусмотрены заданием).
5. Степень усвоения, способность и умение использовать знания по изученным дисциплинам в работе над ВКР.
6. Качества, особо выделяющие работу обучающегося.
7. Другие вопросы по усмотрению руководителя.

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
 ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
 УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
 МОСКОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ТЕХНОЛОГИЙ И
 УПРАВЛЕНИЯ ИМЕНИ К.Г. РАЗУМОВСКОГО (ПЕРВЫЙ КАЗАЧИЙ
 УНИВЕРСИТЕТ)

Кафедра

Направление подготовки

Направленность (профиль)

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА

« _____ »

Обучающийся

 подпись

 ФИО

Руководитель выпускной
 квалификационной работы

 подпись

 ученая степень, ученое звание ФИО

Руководитель ОПОП

 подпись

 ученая степень, ученое звание ФИО

Рекомендовать к защите
 Заведующий кафедрой

к.п.н., доцент _____
 протокол заседания кафедры от
 « ____ » _____ 201__ г. № _____

**ПОСЛЕДНЯЯ СТРАНИЦА
ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЫ**

ВКР выполнена мной самостоятельно. Все использованные в работе материалы и концепции из опубликованной научной литературы и других источников имеют ссылки на них.

«____» _____ 20__ г.

(подпись)

(фамилия, имя, отчество)

Образец оценочного листа защиты ВКР

ОЦЕНОЧНЫЙ ЛИСТ
защиты выпускной квалификационной работы

ФИО обучающегося _____ Группа _____

Направление подготовки.....

Направленность (профиль) программы.....

Дата _____

№ п/п	Критерии оценки результатов защиты ВКР	Уровень сформированности компетенций («высокий»/ «продвину- тый»/ «пороговый»/ «не- достаточный»)	Оценка
1.	актуальность и новизна темы ОК-...		
2.	достаточность использованной отечественной и зарубежной литературы по теме ОК-...		
3.	практическая значимость ВКР ОК-...		
4.	соответствие содержания работы теме, целям и задачам, сформулированным автором, а также соответствие объекта и предмета исследования месту прохождения преддипломной практики ОК-...		
5.	Использование при написании ВКР материала, полученного в ходе прохождения преддиплом- ной практики, достаточность собранных эмпи- рических данных для выполнения поставлен- ных задач ВКР ОК-...		
6.	глубина и обоснованность анализа и интерпре- тации полученных результатов и выводов ОК-...		
7.	четкость и грамотность изложения материала, качество оформления работы ОК-7, ОК-8, ОПК-6		
8.	умение вести полемику по теоретическим и практическим вопросам ВКР, глубина и пра- вильность ответов на вопросы членов ГЭК и замечания руководителя ВКР ОК-...		
9.	Качество презентации ВКР ОК-...		
Итоговая оценка			

Член ГЭК _____
(подпись)

_____ (ФИО)

Пример оформления схемы

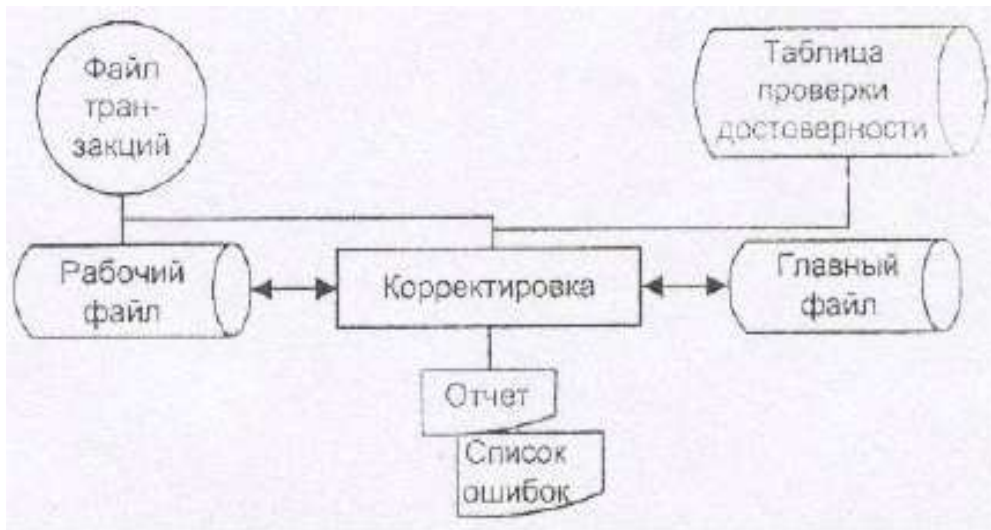


Рисунок 1. Схема ресурсов системы обработки данных

Пример оформления таблицы

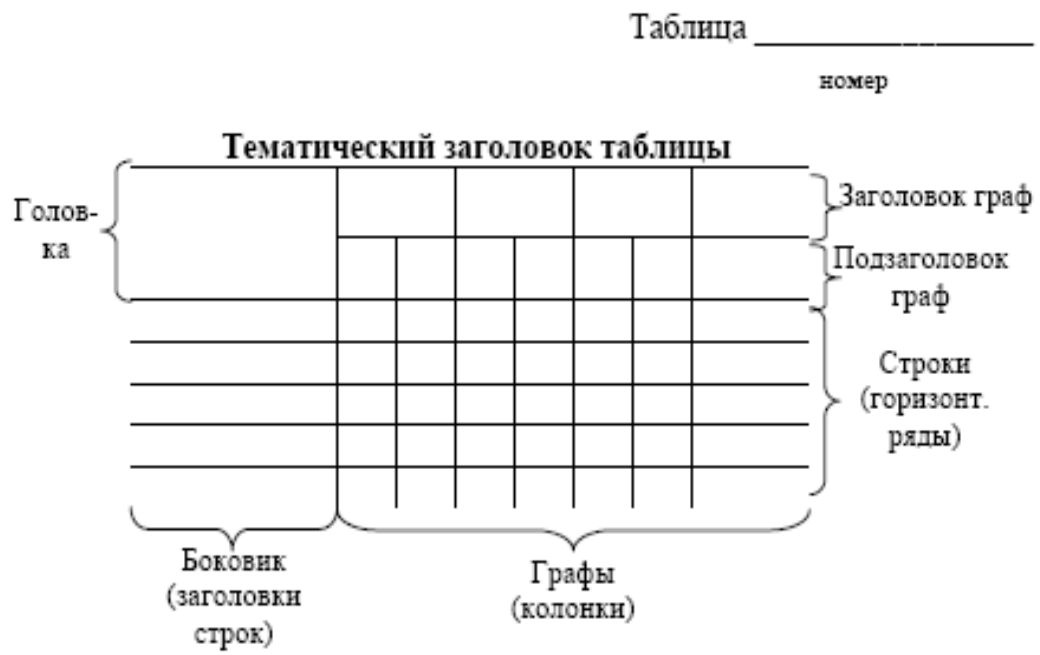


Рисунок 1. Структура таблицы

Пример оформления перечня принятых сокращений

СМИ – средства массовой информации

НИР – научно-исследовательская разработка

ВКР – выпускная квалификационная работа

Пример оформления перечня принятых терминов

Массовая информация – предназначенные для неограниченного круга лиц печатные, аудио-, аудиовизуальные и иные сообщения и материалы.

Средство массовой информации – периодическое печатное издание, сетевое издание, телеканал, радиоканал, телепрограмма, радиопрограмма, видеопрограмма, кинохроникальная программа, иная форма периодического распространения массовой информации под постоянным наименованием (названием).

Оформление библиографических ссылок

Нормативные правовые акты

1. Конституция Российской Федерации. – СПб. : Питер, 2016.
2. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая) от 30.11.1994 № 51-ФЗ (ред. от 23.05.2016) [Электронный ресурс] Доступ из справ.- правовой системы «КонсультантПлюс».

Книжное издание

Ашервуд Б. Азбука общения, или Public relations библиотеки = The visible library: Practical public relations for public librarians / Б. Ашервуд ; пер. с англ. И. Ю. Багровой и Р. З. Пановой; науч. ред. Л. М. Иньковой. – М. : Либерия, 2017. – 173 с.

Современная информатика: наука, технология, деятельность / Р. С. Гиляревский, Г. З. Залаев, И. И. Родионов, В. А. Цветкова ; под ред. Ю. М. Арского. – М. : Просвещение, 2017. – 211 с.

Бердичевская Ц. М. Предметные указатели к систематическим каталогам научных библиотек : теория и методика / Ц. М. Бердичевская. – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : Книга, 2017. – 110 с.

Официальное издание

О средствах массовой информации : Закон Рос. Федерации: Принят Верховным Советом Рос. Федерации 27 дек. 1991 г. – М. : Республика, 2010. – 46 с.

Справочник

Информационные и телекоммуникационные центры : Справочник / ВИНТИ ; Авт.-сост. Цветкова В. А. и др. ; под общ. ред. Арского Ю. М., Нечипоренко В. П. – 3-е изд., испр. и доп. – М. : Просвещение, 2017. – 279 с.

Справочник библиотекаря / науч. ред. А. Н. Ванеев, В. А. Минкина. – СПб. : Профессия, 2017. – 425 с. – (Серия «Библиотека»).

Словарь

Иванов И. И. Издательский словарь-справочник / И. И. Иванов. – М. : Наука, 2017. – 471 с. – (Книжное дело).

Учебное пособие

Иванов И. И. Информационное общество : учеб. пособие для студентов информ.-библ. фак. / И. И. Иванов ; Челяб. гос. ин-т искусства и культуры. Каф. информ. и библиогр. – Челябинск, 2017. – 75 с.

Сборник статей

Повышение квалификации работников системы медиа : проблемы и перспективы : сб. ст. / Респ. мед. библ.-информ. центр М-ва здравоохранения Респ. Татарстан, Казан. гос. акад. культуры и искусств. – Казань : Кнорус, 2017. – 137 с.

Автореферат диссертации

Иванов И. И. Информационное общество : Теоретико-методологическое исследование : автореф. дис. ... д-ра пед. наук / Иванов Иван Иванович. – М., 2017. – 36 с.

Диссертация в виде научного доклада

Иванов И. И. Принципы построения информационного общества в современной России : дис. в виде науч. докл. ... д-ра техн. наук / Иванов Иван Иванович. – М., 2017. – 40 с.

Статьи из журналов и периодических сборников

Развитие представлений о статусе журналиста дореволюционной России / И. И. Иванов // Сов. библиотековедение. – 2017. – № 1. – С. 17–23.

Обслуживание и обмен библиографическими данными // Библиотековедение и библиогр. за рубежом / И. И. Иванов. – 2017. – Вып. 133. – С. 39–51.

Статьи из продолжающихся изданий

Средства массовой информации в нравственном воспитании школьников / И. И. Иванов // Массовая библиотека' 93 : Теория и практика : сб. – М., 2017. – С. 29–38.

Статьи из материалов конференций

Термины индексирования в составе библиографической записи Российского центра корпоративной каталогизации / Э. Р. Сукиасян // Библиотеки и ассоциации в меняющемся мире : новые технологии и новые формы сотрудничества : Материалы конф. / 4-я Междунар. конф. «Крым 97», Судак, Авт. Респ. Крым, Украина, 7–15 июня 2015. – М., 2017. – Т. 2. – С. 624–626.

Статьи из сборников научных трудов

Динамика развития информационного общества в России и мире / И. И. Иванов // Информационное общество: сб. науч. тр. / ГПНТБ СО РАН. – Новосибирск, 2017. – С. 117–148.