

Министерство просвещения Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Чувашский государственный педагогический университет им. И.Я. Яковлева»



УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной работе

С.В. Ильина

«18» июня 2021 г.

ПРОГРАММА
государственной итоговой аттестации
выпускников по направлению подготовки
42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки
**Реклама и связи с общественностью в системе
государственного и муниципального управления**

Квалификация (степень) выпускника

Бакалавр

Форма обучения

заочная

Чебоксары

2021

1 Общие положения

1.1 ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденным Министерством образования и науки Российской Федерации от «8» июня 2017 г. № 512, предусмотрена государственная итоговая аттестация выпускников, включая:

а) подготовку к сдаче и сдачу государственного экзамена (если Организация включила государственный экзамен в состав государственной итоговой аттестации);

б) подготовку к процедуре защиты и защите выпускной квалификационной работы.

Учебным планом предусмотрена государственная итоговая аттестация выпускников в форме выполнения и защиты выпускной квалификационной работы.

1.2 Виды деятельности выпускников и соответствующие им задачи профессиональной деятельности.

1.2.1 Виды деятельности выпускников

Основной профессиональной образовательной программой высшего образования – программой бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью предусматривается подготовка выпускников по следующим типам задач профессиональной деятельности:

- а) маркетинговый;
- б) организационный;
- в) технологический.

1.2.2 Задачи профессиональной деятельности (профессиональные функции):

Область профессиональной деятельности (по Реестру Минтруда)	Типы задач профессиональной деятельности	Задачи профессиональной деятельности	Объекты профессиональной деятельности (или области знания)
Об Связь, информационные и коммуникационные технологии	Технологический	Участие в производственном текст рекламы и связей с общественностью и процессе выпуска коммуникационного продукта с применением современных информационных и коммуникационных технологий	Текст рекламы и связей с общественностью и иной коммуникационный продукт, передаваемый по различным каналам средствами массовой информации (далее – СМИ) и другими медиа, адресованный разным целевым группам/группам общественности.
	Организационный	Организация процесса создания коммуникационного продукта	Текст рекламы и связей с общественностью и иной коммуникационный продукт, передаваемый по различным каналам средствами массовой информации (далее – СМИ) и другими медиа, адресованный разным целевым группам/группам общественности.
	Маркетинговый	Продвижение коммуникационного	Текст рекламы и связей с общественностью и иной

		продукта путем взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами с помощью различных каналов коммуникации	коммуникационный продукт, передаваемый по различным каналам средствами массовой информации (далее – СМИ) и другими медиа, адресованный разным целевым группам/группам общественности.
11 Средства массовой информации, издательство и полиграфия	Технологический	Участие в производственном текст рекламы и связей с общественностью и процессе выпуска коммуникационного продукта с применением современных информационных и коммуникационных технологий	Текст рекламы и связей с общественностью и иной коммуникационный продукт, передаваемый по различным каналам средствами массовой информации (далее – СМИ) и другими медиа, адресованный разным целевым группам/группам общественности.
	Организационный	Организация процесса создания коммуникационного продукта	Текст рекламы и связей с общественностью и иной коммуникационный продукт, передаваемый по различным каналам средствами массовой информации (далее – СМИ) и другими медиа, адресованный разным целевым группам/группам общественности.
	Маркетинговый	Продвижение коммуникационного продукта путем взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами с помощью различных каналов коммуникации	Текст рекламы и связей с общественностью и иной коммуникационный продукт, передаваемый по различным каналам средствами массовой информации (далее – СМИ) и другими медиа, адресованный разным целевым группам/группам общественности.

1.2.3 Требования к профессиональной подготовленности выпускника, необходимые для выполнения им профессиональных функций.

В результате освоения программы бакалавриата у выпускника должны быть сформированы универсальные, общепрофессиональные и профессиональные компетенции.

Универсальные компетенции выпускников и индикаторы их достижения:

Категория (группа) универсальных компетенций	Код и наименование универсальной компетенции	Код и наименование индикатора достижения универсальной компетенции
--	--	--

<p>Системное и критическое мышление</p>	<p>УК-1. Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач</p>	<p>УК-1.1. Знает: методы критического анализа и оценки современных научных достижений; основные принципы критического анализа. УК-1.2. Умеет: получать новые знания на основе анализа, синтеза и других методов; собирать данные по сложным научным проблемам, относящимся к профессиональной области; осуществлять поиск информации и решений на основе экспериментальных действий. УК-1.3. Владеет: исследованием проблем профессиональной деятельности с применением анализа, синтеза и других методов интеллектуальной деятельности; выявлением научных проблем и использованием адекватных методов для их решения; демонстрацией оценочных суждений в решении проблемных профессиональных ситуаций.</p>
<p>Разработка и реализация проектов</p>	<p>УК-2. Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений</p>	<p>УК-2.1. Знает: юридические основания для представления и описания результатов деятельности; правовые нормы для оценки результатов решения задач; правовые нормы, предъявляемые к способам решения профессиональных задач, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений. УК-2.2. Умеет: обосновывать правовую целесообразность полученных результатов; проверять и анализировать профессиональную документацию; выдвигать инновационные идеи и нестандартные подходы к их реализации в целях реализации деятельности; анализировать нормативную документацию. УК-2.3. Владеет: правовыми нормами в области, соответствующей профессиональной деятельности; правовыми нормами разработки технического задания проекта, правовыми нормами реализации профильной профессиональной работы; правовыми нормами проведения профессионального обсуждения результатов деятельности.</p>
<p>Командная работа и лидерство</p>	<p>УК-3. Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде</p>	<p>УК-3.1. Знает: методы социального взаимодействия и реализации своей роли в команде. УК-3.2. Умеет: осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в</p>

		команде. УК-3.3. Владеет: способностью осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде.
Коммуникация	УК-4. Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	УК-4.1. Знает: методы осуществления деловой коммуникации в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах). УК-4.2. Умеет: осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах). УК-4.3. Владеет: способностью осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)
Межкультурное взаимодействие	УК-5. Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	УК-5.1. Знает: межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах. УК-5.2. Умеет: воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах. УК-5.3. Владеет: способностью воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах.
Самоорганизация и саморазвитие (в том числе здоровьесбережение)	УК-6. Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни	УК-6.1. Знает: методы управления своим временем, выстраивания и реализации траектории саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни. УК-6.2. Умеет: управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни. УК-6.3. Владеет: способностью управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни.
Самоорганизация и саморазвитие (в	УК-7. Способен поддерживать должный	УК-7.1. Знает: способы поддержания должного

том числе здоровьесбережени е)	уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности	уровня физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности. УК-7.2. Умеет: поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности. УК-7.3. Владеет: должным уровнем физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности.
Безопасность жизнедеятельности	УК-8. Способен создавать и поддерживать в повседневной жизни и в профессиональной деятельности безопасные условия жизнедеятельности для сохранения природной среды, обеспечения устойчивого развития общества, в том числе при угрозе и возникновении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов.	УК-8.1. Знает: способы создания и поддержания безопасных условий жизнедеятельности, в том числе при возникновении чрезвычайных ситуаций. УК-8.2. Умеет: создавать и поддерживать безопасные условия жизнедеятельности, в том числе при возникновении чрезвычайных ситуаций. УК-8.3. Владеет: способами создания и поддержания безопасных условий жизнедеятельности, в том числе при возникновении чрезвычайных ситуаций.
Экономическая культура, в том числе финансовая грамотность	УК-9. Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности	УК-9.1. Понимает базовые принципы экономического развития и функционирования экономики, цели и формы участия государства в экономике. УК-9.2. Применяет методы личного экономического и финансового планирования для достижения текущих и долгосрочных финансовых целей, использует финансовые инструменты для управления личными финансами (личным бюджетом), контролирует собственные экономические и финансовые риски
Гражданская позиция	УК-10. Способен формировать нетерпимое отношение к коррупционному поведению	УК-10.1. Понимает социально- экономические причины коррупции, принципы, цели и формы борьбы с проявлениями коррупционного поведения. УК-10.2. Демонстрирует способность противодействовать коррупционному поведению.

Общепрофессиональные компетенции выпускников и индикаторы их достижения:

Категория (группа) общепрофессиональных компетенций	Код и наименование общепрофессиональной компетенции	Код и наименование индикатора достижения общепрофессиональной компетенции
Продукт профессиональной деятельности	ОПК-1. Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	ОПК-1.1. Выявляет отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ ОПК-1.2. Осуществляет подготовку текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем
Общество и государство	ОПК-2. Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	ОПК-2.1. Знает систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития ОПК-2.2. Способен учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при со-здании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов.
Культура	ОПК-3. Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	ОПК-3.1. Демонстрирует кругозор в сфере отечественного и мирового культурного процесса ОПК-3.2. Учитывает достижения отечественной и мировой культуры, а также средства художественной выразительности в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.
Аудитория	ОПК-4. Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	ОПК-4.1. Соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп ОПК-4.2. Использует основные инструменты поиска информации о текущих запросах и

		потребностях целевых аудиторий / групп общественности, учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов
Медиакоммуникационная система	ОПК-5. Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	ОПК-5.1. Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях ОПК-5.2. Осуществляет свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы
Технологии	ОПК-6. Способен использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии	ОПК-6.1. Отбирает для осуществления профессиональной деятельности необходимое техническое оборудование и программное обеспечение ОПК-6.2. Применяет современные цифровые устройства, 19 платформы и программное обеспечение на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов
Эффекты	ОПК-7. Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности	ОПК-7.1. Знает цеховые принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности ОПК-7.2. Осуществляет отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом

Самостоятельно установленные профессиональные компетенции выпускников и индикаторы их достижения:

Задача ПД	Объект или область знания	Код и наименование профессиональной компетенции	Код и наименование индикатора достижения профессиональной компетенции	Основание (ПС, анализ опыта)
Тип задач профессиональной деятельности: организационный				
Организация процесса	Текст рекламы и	ПК-1. Способен участвовать в	ПК-1.1. Выполняет функционал линейного	Профессиональный стандарт

создания коммуникационного продукта	связей с общественностью и (или) иной коммуникационный продукт, передаваемый по различным каналам средствами массовой информации (далее – СМИ) и другими медиа, адресованный разным целевым группам/группам общественности	реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью ПК-1.2. Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии ПК-1.3. Участвует в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры	«Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации»; Профессиональный стандарт «Специалист по производству продукции телерадиовещательных средств массовой информации»
-------------------------------------	--	--	--	--

Тип задач профессиональной деятельности: маркетинговый

Продвижение коммуникационного продукта путем взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами с помощью различных каналов коммуникации	текст рекламы и связей с общественностью и (или) иной коммуникационный продукт, передаваемый по различным каналам средствами массовой информации (далее – СМИ) и другими медиа, адресованный разным целевым группам/группам общественности	ПК-2. Способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта	ПК-2.1. Использует основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта ПК-2.2. Принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта ПК-2.3. Осуществляет мониторинг обратной связи с разными целевыми группами	Профессиональный стандарт «Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации»; Профессиональный стандарт «Специалист по производству продукции телерадиовещательных средств массовой информации»
--	--	---	--	--

Тип задач профессиональной деятельности: технологический				
Участие в производственном процессе выпуска коммуникационного продукта с применением современных информационных и коммуникационных технологий	Текст рекламы и связей с общественностью и (или) иной коммуникационный продукт, передаваемый по различным каналам средствами массовой информации (далее – СМИ) и другими медиа, адресованный разным целевым группам/группам общественности	ПК-3. Способен применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций	ПК-3.1. При реализации коммуникационного продукта использует технологии медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн и офлайн среде ПК-3.2. При подготовке текстов рекламы и (или) связей с общественностью использует основные технологии копирайтинга в онлайн и офлайн среде ПК-3.3. Применяет основные технологии организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами ПК-3.4. Участвует в формировании корпоративной культуры организации с помощью основных инструментов внутренних коммуникаций ПК-3.5. Использует современные технические средства и основные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта	Профессиональный стандарт «Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации»; Профессиональный стандарт «Специалист по производству продукции телерадиовещательных средств массовой информации

2 Требования к выпускнику, проверяемые в ходе государственного экзамена

Государственный экзамен по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью учебным планом не предусмотрен.

3 Требования к выпускной квалификационной работе

3.1 Вид выпускной квалификационной работы (дипломный проект, дипломная работа, бакалаврская работа, магистерская диссертация)

Выпускная квалификационная работа выполняется в форме бакалаврской работы.

Выпускная квалификационная работа (далее – ВКР) – комплексная самостоятельная работа обучающегося, главная цель и содержание которой – всесторонний анализ, научные исследования или разработка по одному из вопросов теоретического или практического характера, соответствующих профилю направления подготовки.

3.2 Структура выпускной квалификационной работы и требования к ее содержанию

Являясь законченной самостоятельной комплексной научно-практической разработкой обучающегося, выпускная квалификационная работа должна отвечать следующим основным требованиям:

- 1) носить научно-исследовательский характер;
- 2) быть актуальной, соответствовать тенденциям развития теории и практики рекламы и связей с общественностью;
- 3) отражать умения студента-выпускника самостоятельно собирать, систематизировать материалы и анализировать сложившуюся ситуацию или тенденции в теории и практике рекламы и связей с общественностью;
- 4) иметь четкую структуру, завершенность, отвечать требованиям логичного, последовательного изложения материала, обоснованности сделанных выводов и предложений;
- 5) положения, выводы и рекомендации квалификационной работы должны опираться на новейшие статистические данные и действующие нормативные акты, достижения науки и результаты практики.

Структура, объем и содержание выпускной квалификационной работы определяются ее темой.

Выпускные квалификационные работы выполняются для квалификации (степени) бакалавр – в форме бакалаврской работы (объем может варьироваться от 60 до 70 страниц).

Выпускная квалификационная работа, как правило, состоит из следующих структурных элементов:

- титульного листа;
- содержания;
- введения;
- основной части;
- заключения;
- списка сокращений;
- списка использованных источников;
- приложений.

Структурные элементы «титульный лист» и «основная часть» являются обязательными для любого текстового документа. Остальные структурные элементы включаются в текстовый документ в зависимости от вида и содержания документа, установленного методическими документами или заданием на его выполнение.

Каждый структурный элемент текстового документа начинается с новой страницы.

Заголовки структурных элементов «СОДЕРЖАНИЕ», «ВВЕДЕНИЕ», «ЗАКЛЮЧЕНИЕ», «СПИСОК СОКРАЩЕНИЙ», «СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ» располагаются посередине строки и печатаются прописными буквами полужирным шрифтом. Заголовки отделяются от текста интервалом в одну строку, не подчеркиваются и не нумеруются.

Титульный лист

Титульный лист является первой страницей текстового документа. Наименование темы ВКР должно строго соответствовать утвержденной формулировке.

Содержание

Содержание ВКР включает заголовки структурных элементов, порядковые номера и заголовки всех разделов (подразделов, пунктов), обозначения и заголовки приложений.

Введение

Обосновывается актуальность выбранной темы в контексте внесения вклада в теоретические и практические проблемы совершенствования PR-технологий; анализируется степень изученности темы в научной литературе и формулируются слабо освещенные вопросы. Четко формулируются проблема, объект и предмет исследования, цель и задачи; перечисляются теоретические основы выпускной квалификационной работы (научные принципы, теории, закономерности) и методы, примененные для сбора эмпирической информации.

Введение пишется на первом этапе работы, но его целесообразно доработать после

выполнения основной части. Когда написан основной текст, более четко вырисовываются актуальность темы, цели, задачи и собственные подходы к решению проблемы.

Объем введения – 2-3 страницы.

Основная часть

Изложение материала в выпускной квалификационной работе должно быть последовательным и логичным. Все разделы должны быть связаны между собой. Следует обращать особое внимание на логические переходы от одного раздела к другому, от одного подраздела к следующему, а внутри подраздела - от вопроса к вопросу.

Допускается 2 варианта написания ВКР:

1 вариант – воплощает исследовательский подход: выход на научную новизну, обоснование методов исследования и глубокая теоретическая интерпретация полученных результатов с обоснованием их научной новизны. Данный вариант предполагает 2 главы.

2 вариант – проектно-прикладной подход: выход на внедрение, выбор и обоснование теоретических моделей, применяемых для анализа существующих процессов в сферах рекламы и PR и выработка по результатам этого анализа конструктивных предложений, направленных на совершенствование организации рекламной и PR-деятельности и расчет ожидаемых эффектов от их внедрения. Данный вариант предполагает 3 главы.

Теоретическая часть работы

Соответствует 1-й главе (в 1-м и 2-м вариантах) и имеет свое название. В этом разделе необходимо:

- проанализировать существующие в научной литературе подходы к определению основных категорий, адаптировать определения к исследуемой проблеме;
- выявить, какое место занимает рассматриваемая проблема в практике работы изучаемых организаций;
- осуществить критический анализ имеющихся подходов к разработке практических технологий в контексте темы исследования, критериев и показателей эффективности;
- определить структуру изучаемого явления или процесса;
- привести примеры из отечественного и зарубежного опыта по исследуемой проблеме;
- наметить теоретико-методологические положения и критерии, с помощью которых будет осуществлен анализ реальной практики в последующих главах.

Аналитическая часть работы

Соответствует 2-й главе и предполагает анализ основного массива эмпирических данных, полученных в ходе вторичного и первичного сбора информации.

На основе продуманной методики (вытекающей из теоретических подходов, проанализированных в 1 главе) необходимо исследовать реальную практику изучаемого явления и PR-процессов в определенной сфере или конкретной организации. Материалами для анализа выступают планы и отчеты организации (PR и пресс-служб), статистические данные, корпоративная и региональная пресса, результаты авторского исследования или проведенных других исследований по близкой тематике. Анализ состояния дел в организации предполагает обработку количественной и качественной информации в контексте функции, вынесенной в название темы выпускной квалификационной работы. Целесообразно применить следующие методы: группировка и классификация собранной информации; сравнение – во времени, с другими организациями и территориями; концептуализация – переход от частных фактов к установлению взаимосвязей и построению мини-теорий. В ходе анализа нужно особое внимание обратить на причины и факторы, сдерживающие эффективное выполнение исследуемых функций.

Проектная часть работы

Соответствует либо последнему параграфу 2 главы (1 вариант планирования работы), либо 3 главе (2 вариант). Данная часть работы представляет собой разработанный автором PR-проект – комплекс взаимосвязанных проектных элементов: оптимальная модель (обобщенный алгоритм) решения проблемы в рамках темы ВКР; критерии оценки эффективности внедрения – социально-экономической, психологической, коммуникативной, социальной; сценарии специальных мероприятий и бюджет их реализации; перспективы

решения проблемы и подходы к осуществлению обратной связи.

Автор ВКР должен не только разработать пути решения поставленной проблемы, но и подсчитать возможный эффект от реализации предложений. Для этого необходимо предложить методику оценки эффективности авторских рекомендаций.

Заключение

Заключение представляет основные выводы по разделам работы и концептуальные рекомендации по исследуемой проблеме. Заключение может содержать:

- выводы по результатам выполненной работы;
- оценку полноты решений поставленных задач, полученных результатов, преимущества принятых решений и рекомендации по их использованию;
- оценку эффективности внедрения и применения результатов работы;
- обоснование теоретической и практической ценности полученных результатов.

Объем заключения – 2-3 страницы.

Список сокращений

В список сокращений вносятся использованные в тексте сокращения слов, не установленные соответствующими стандартами. Перечень сокращений располагается столбцом. Слева в алфавитном порядке приводятся сокращения, справа – их детальная расшифровка.

Список сокращений помещается в конце документа перед списком использованных источников.

Список использованных источников

В список использованных источников включаются все литературные источники, правовые и нормативные документы, использованные автором при написании работы.

Приложения

Материалы, которые по каким-либо причинам не могут быть помещены в основной текст документа, рекомендуется оформлять в виде приложений.

Приложениями могут быть:

- иллюстрации большого формата или объема;
- сметы, ведомости;
- описание аппаратуры и приборов, примененных при проведении экспериментов, измерений, испытаний;
- иллюстрации вспомогательного характера;
- промежуточные математические доказательства, формулы и расчеты;
- протоколы, акты внедрения, акты испытания оборудования, отчет о патентных исследованиях;
- бланки анкет;
- распечатки с ЭВМ;
- тексты программ для ЭВМ, разработанных в процессе выполнения работы;
- таблицы с данными, дополняющими основные результаты;
- ведомость выполненного графического материала.

Допускается в качестве приложения использовать схемы, чертежи, ведомости, спецификации, таблицы, заимствованные из других, самостоятельно выпущенных документов.

К ВКР также прикладываются:

- задание на ВКР (выдается студенту руководителем ВКР перед преддипломной практикой);
- отзыв руководителя (оформляется руководителем ВКР);
- справка о результатах проверки в системе Антиплагиат (подписывается ответственным лицом кафедры, осуществляющим проверку);
- рецензия внутренняя (оформляется преподавателем, не являющимся научным руководителем работы, рецензент определяется заведующим выпускающей кафедрой);
- рецензия внешняя (оформляется в организации, не является обязательной частью);
- справка о внедрении результатов ВКР (оформляется в организации, не является

обязательной частью).

3.3 Примерная тематика и порядок утверждения тем выпускных квалификационных работ

Выпускающая кафедра формирует перечень тем выпускных квалификационных работ в соответствии с направленностью (профильностью) реализуемой образовательной программы. Темы выпускных квалификационных работ ежегодно обновляются и рассматриваются на ученом совете факультета в начале учебного года. После рассмотрения тем выпускных квалификационных работ кафедра доводит их до сведения обучающихся.

Заявление о выборе темы ВКР и назначении научного руководителя составляется обучающимся по установленной форме. По письменному заявлению обучающегося (нескольких обучающихся, выполняющих выпускную квалификационную работу совместно) Университет может в установленном порядке предоставить обучающемуся (обучающимся) возможность подготовки и защиты выпускной квалификационной работы по теме, предложенной обучающимся (обучающимися), в случае обоснованности целесообразности ее разработки для практического применения в соответствующей области профессиональной деятельности или на конкретном объекте профессиональной деятельности.

Тема выпускной квалификационной работы также может определяться, исходя из целевого заказа организации на разработку решений по какой-либо проблеме. При этом тема формулируется руководителем или специалистом организации и может корректироваться руководителем выпускной квалификационной работы.

Университет утверждает темы выпускных квалификационных работ обучающихся и доводит их до сведения обучающихся не позднее, чем за 6 месяцев до даты начала государственной итоговой аттестации.

Примерная тематика выпускных квалификационных работ:

1. Развитие системы внутренних коммуникаций организации средствами корпоративного издания
2. Современные интернет-форматы как эффективный способ коммуникации с целевой аудиторией
3. Создание и реализация инновационных коммуникационных проектов в продвижении спорта
4. Влияние бренда университета на выбор абитуриентов при поступлении в вуз
5. Продвижение образовательной организации с помощью digital инструментов
6. Роль студенческой вовлеченности в формировании лояльности к университету
7. Связи с общественностью в органах государственной власти: способы взаимодействия с целевой аудиторией
8. Организация специальных PR-мероприятий среди молодежи (на примере...)
9. Место и роль общественной приемной полномочного представителя Президента РФ в системе мониторинга общественного мнения
10. PR-технологии в формировании имиджа государственного и муниципального служащего
11. Взаимодействие муниципальных изданий как средство укрепления имиджа власти
12. PR-сопровождение демографической политики государства
13. Национальные проекты и их PR-поддержка в г. Чебоксары (на примере конкретного национального проекта)
14. Технологии производства информационных материалов и взаимодействие со СМИ (на примере конкретной PR-кампании).
15. Укрепление имиджа организации средствами PR (на примере конкретного субъекта)
16. Управление внутренними коммуникациями организации: состояние, проблемы, направления совершенствования и перспективы развития (на примере конкретной организации).

17. Управление выставочной деятельностью компании (на примере конкретного субъекта)
18. Управление интегрированной коммуникационной кампанией предприятия (на примере конкретного субъекта)
19. Управление организационной культурой с использованием PR-технологий (на примере конкретной организации).
20. Управление потребительской мотивацией/поведением с помощью художественно-выразительных средств в рекламной коммуникации (на примере конкретного субъекта)
21. Управление эффективностью рекламной деятельности на предприятиях розничной торговли (на примере конкретного субъекта)
22. Формирование внутренних коммуникаций в организации на основе позиции лидера мнения (на примере конкретного субъекта)
23. Формирование имиджа компании средствами рекламы (на примере конкретного субъекта)
24. Формирование корректирующих коммуникаций для проектирования потребительских решений (на примере конкретного субъекта)
25. Формирование мультисенсорных коммуникаций в местах продаж (на примере конкретного субъекта)
26. Формирование позитивного имиджа радиокomпании (на примере конкретного субъекта)
27. Формирование положительной репутации коммерческой организации на основе социальной ответственности (на примере конкретного субъекта)
28. Формирование потребительских предпочтений средствами рекламы (на примере конкретного субъекта)
29. Формирование рекламных стратегий в условиях новых коммуникативных практик (на примере конкретного субъекта)
30. Формирование репутации компании на основе PR-коммуникации (на примере конкретного субъекта)
31. Формирование систем делопроизводства для рекламных кампаний организаций различных отраслей и сфер деятельности (на примере конкретного субъекта)
32. Формирование стратегии разработки нестандартных рекламных коммуникаций для предприятий различных отраслей и сфер бизнеса (на примере конкретного субъекта)
33. Формирование устойчивого позитивного общественного мнения и имиджа организации (на примере конкретного субъекта).

3.4 Порядок подготовки к процедуре защиты и представления в ГЭК выпускной квалификационной работы

Кафедрой организуется процедура предварительной защиты выпускной квалификационной работы согласно утвержденному графику. Студент представляет свою ВКР на кафедру в электронном и бумажном виде для ее предварительной защиты. В назначенное время студент выступает перед комиссией с докладом о результатах проделанной работы. Комиссия просматривает и оценивает соответствие подготовленной ВКР и демонстрационного (графического) материала заданию на выполнение ВКР, выслушивает доклад студента и задает вопросы по теме работы, дает рекомендации по содержанию доклада, тексту ВКР, демонстрационного (графического) материала, принимает решение о возможности допуска студента к защите своей ВКР перед Государственной экзаменационной комиссией по защите выпускных квалификационных работ (ГЭК).

В случае решения о недопуске к защите ВКР перед ГЭК вопрос об этом рассматривается на заседании ученого совета факультета с участием научного руководителя и автора ВКР. Получив рекомендацию к защите перед ГЭК, студент обязан устранить выявленные во время предзащиты недоработки, замечания, окончательно оформить текст ВКР и сопутствующие материалы, сделать переплет работы и согласовать с научным руководителем текст своего доклада и структуру презентации.

Выпускающая кафедра Университета обеспечивает ознакомление обучающегося с отзывом и рецензией (рецензиями) не позднее, чем за 5 календарных дней до дня защиты выпускной квалификационной работы.

Выпускная квалификационная работа, отзыв и рецензия (рецензии) передаются в государственную экзаменационную комиссию не позднее, чем за 2 календарных дня до дня защиты выпускной квалификационной работы.

Подготовка к процедуре защиты ВКР на заседании ГЭК предусматривает подготовку студентом экземпляра переплетенной ВКР, ее электронной версии, текста доклада, сопровождающей его презентации, при необходимости – раздаточных материалов.

3.5 Процедура защиты выпускной квалификационной работы

Заседания ГЭК проводятся по заранее утвержденному графику.

В процессе защиты выпускной квалификационной работы после доклада (10-15 минут) студенту могут быть заданы вопросы всеми присутствующими на заседании.

Руководитель и рецензент выступают с отзывами, в которых оценивается ВКР и уровень соответствия компетенций выпускника требованиям ФГОС ВО.

Выпускнику предоставляется возможность ответить на высказанные замечания и вопросы.

После окончания публичной защиты ГЭК на закрытом заседании обсуждает результаты защиты. Результаты защиты определяются оценками «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно», решение об оценке принимается простым большинством голосов. При равном числе голосов голос председателя является решающим.

Результаты защиты выпускной квалификационной работы объявляются в день проведения заседания ГЭК.

3.6 Критерии выставления оценок (соответствия уровня подготовки выпускника требованиям ФГОС ВО) на основе выполнения и защиты им квалификационной работы

Критериями выставления оценок (соответствия уровня подготовки выпускника требованиям ФГОС ВО) на основе выполнения и защиты им квалификационной работы являются:

- актуальность тематики выпускной квалификационной работы и ее значимость;
- полнота и обстоятельность изложения теоретической и практической частей работы;
- использование научной литературы, нормативных актов, материалов преддипломной практики;
- обоснованность и ценность полученных результатов исследования и выводов, возможность их применения в практической деятельности;
- качество оформления выпускной квалификационной работы (ВКР);
- качество доклада, чёткость и аргументированность ответов студента на вопросы, заданные ему в процессе защиты;
- характеристика работы в отзыве руководителя;
- оценка рецензента.

Для оценки учебных достижений студентов при выполнении и защите выпускной квалификационной работы применяется рейтинговая шкала (таблица).

Шкала рейтинговой оценки учебных достижений студентов при выполнении и защите выпускной квалификационной работы

№	Ожидаемые результаты	Баллы
1	Определение задачи исследования	до 10 баллов
2	Создание библиографической базы исследования	до 10 баллов
3	Разработка и проведение исследовательского эксперимента	до 30 баллов
4	Использование современных информационных технологий обработки научной информации	до 10 баллов
5	Степень освоения методов научного исследования	до 10 баллов

6	Презентация результатов исследования	до 5 баллов
7	Умение вести научную дискуссию	до 5 баллов
8	Уровень выполнения ВКР	до 20 баллов
	Итого	100 баллов

Соответствие уровня сформированности компетенций
между 100-балльной шкалой и стандартной 5-балльной шкалой

Уровень сформированности компетенций	5-балльная шкала
Повышенный / 90-100 баллов	«5» (отлично)
Базовый / 76-89 баллов	«4» (хорошо)
Пороговый / 60-75 баллов	«3» (удовлетворительно)
Недостаточный уровень / ниже 60 баллов (компетенции не сформированы)	«2» (неудовлетворительно)

Оценки «отлично» заслуживает выпускная квалификационная работа, в которой логично, полно и всесторонне раскрыто теоретическое содержание темы, дан глубокий критический анализ литературных источников, решены проблемные вопросы, сделаны теоретически и эмпирически обоснованные выводы и даны конкретные рекомендации к практическому применению. Оформление выпускной квалификационной работы соответствует требованиям методических рекомендаций по выполнению ВКР; результаты рекомендаций представлены графически. Таблицы, рисунки, список использованных источников оформлены в соответствии с требованиями ГОСТа. Получены положительные отзывы руководителя и рецензия (рецензии) рецензентов. При защите студент демонстрирует высокий уровень профессиональной подготовленности, показывает глубокие знания проблемы, свободно докладывает о результатах исследования на научном уровне, используя презентационный материал, дает четкие и аргументированные ответы на все вопросы, задаваемые членами комиссии, проявив творческие способности в понимании и изложении ответов.

Оценки «хорошо» заслуживает выпускная квалификационная работа, в которой содержание в целом отвечает тем же требованиям, что и выпускная работа, определяемая оценкой «отлично». В работе имеются отдельные недостатки: в содержании недостаточно полно представлены экспериментальные расчеты; недостаточно обоснованы рекомендации к практическому внедрению; в оформлении содержатся незначительные стилистические и графические неточности. Получены положительные отзывы руководителя и рецензия (рецензии) рецензентов. При защите студент демонстрирует достаточно высокий уровень профессиональной подготовленности, дает аргументированные ответы и без особых затруднений отвечает на вопросы, задаваемые членами комиссии, но не проявляет в полном объеме творческие способности.

Оценки «удовлетворительно» заслуживает выпускная квалификационная работа, в которой теоретические аспекты в основном раскрыты, выводы в основном правильны, рекомендации представляют интерес, но недостаточно убедительно аргументированы. В работе имеются отдельные недостатки: слабый литературный обзор без анализа имеющихся данных; непоследовательность изложения материала; имеются существенные недостатки в оформлении; содержание работы частично не соответствует требованиям методических рекомендаций по выполнению ВКР; небрежно оформленный материал. В отзыве руководителя и рецензента имеются замечания по содержанию работы. При защите студент демонстрирует средний уровень профессиональной подготовленности, показывает недостаточное знание изучаемой проблемы, дает неполные ответы на вопросы, задаваемые членами комиссии, и не проявляет творческие способности.

Оценки «неудовлетворительно» заслуживает выпускная квалификационная работа, которая не соответствует предъявляемым требованиям методических рекомендаций по выполнению ВКР. В работе имеются следующие недостатки: слабый обзор ограниченного количества литературных источников, практически отсутствуют экспериментальные расчеты, выводы поверхностные, носящие декларативный характер; имеются стилистические неточности и орфографические ошибки; список использованных источников

оформлен с нарушением требований. В отзывах руководителя и рецензента имеются критические замечания. При защите студент демонстрирует низкий уровень профессиональной подготовленности и серьезные пробелы в профессиональных знаниях, доклад выстроен нелогично, не аргументировано и не обоснованно докладывает о полученных результатах исследования, не представляет раздаточного материала, затрудняется отвечать на поставленные вопросы, задаваемые членами комиссии, и не проявляет творческие способности.

Председатель методической комиссии по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

_____ доцент Степанова С.Е.

Составитель:

Зав. кафедрой экономики,
управления и права _____ Г.Л. Белов

Согласовано:
Декан факультета
истории, управления и права _____ Е.А. Ильина