

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Гриб Владислав Валерьевич
Должность: Ректор
Дата подписания: 19.06.2024 11:42:32
Уникальный программный ключ:
637517d24e103c3db032acf37e839d98ec1c5bb2f5eb89c29abfcd7f43985447



**Образовательное частное учреждение высшего образования
«МОСКОВСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ А.С. ГРИБОЕДОВА»
(ИМПЭ им. А.С. Грибоедова)**

УТВЕРЖДЕНО:
Декан факультета журналистики
_____/Ю.В. Шуйская/
«10» июня 2024 г.

Методические указания для подготовки ВКР

**Подготовка к процедуре защиты и защита
выпускной квалификационной работы**

**Укрупненная группа специальностей
42.00.00 Средства массовой информации и информационно-
библиотечное дело**

**Направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
(уровень бакалавриат)**

Направленность (профиль):

«PR технологии и цифровые коммуникации»

Формы обучения: очная, заочная

Москва

Методические указания для подготовки выпускной квалификационной работы (ВКР). Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы. Направление подготовки\специальность 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата). Направленность/профиль «PR технологии и цифровые коммуникации» / сост. д.ф.н. Шуйская Ю. В.– М.: Образовательное частное учреждение высшего образования «Московский университет имени А.С. Грибоедова». – 67 с.

Рабочая программа составлена на основании федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – по направлению подготовки 42.03.01 Журналистика (уровень бакалавриата), утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 8 июня 2017 г. № 512 с изменениями и дополнениями от 26.11.2020 и Профессиональных стандартов «Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 04 августа 2014 г. № 535н, «Специалист по информационным ресурсам», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от «08» сентября 2014 г. № 629н, «Специалист по производству продукции телерадиовещательных средств массовой информации», утвержден приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 28.10.2014 № 811н.

Разработчик:

д.ф.н. Шуйская Ю. В.

Ответственный рецензент:

профессор кафедры массовых коммуникаций
филологического факультета Российского
университета дружбы народов им. Патриса Лумумбы,
доктор исторических наук, Грабельников А.А.

(Ф.И.О., уч. степень, уч. звание, должность)

Рабочая программа дисциплины рассмотрена и одобрена на заседании кафедры журналистики, медиакоммуникаций и рекламы «10» июня 2024 г., протокол № 8.

Заведующий кафедрой _____ /д.ф.н. Ю.В. Шуйская/
(подпись)

Согласовано от Библиотеки _____ /О.Е. Стёпкина/
(подпись)

РАЗДЕЛ 1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

Государственная итоговая аттестация (далее – ГИА) обучающихся, завершающих обучение по образовательной программе (далее – ОП) подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направлена на установление соответствия уровня профессиональной подготовки выпускников совокупному ожидаемому результату образования по ОП, требованиям Федерального государственного образовательного стандарта высшего профессионального образования (далее – ФГОС ВО) по соответствующему направлению/специальности.

В соответствии с законодательством Российской Федерации в сфере высшего образования, требованиями ФГОС ВО и решением Ученого совета университета, государственным итоговым аттестационным испытанием выпускников ИМПЭ им. А.С. Грибоедова, завершающих обучение по ОП подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, является подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы (далее ВКР).

К ГИА допускаются обучающиеся, полностью выполнившие учебный план.

Контроль над подготовкой, организацией и проведением ГИА осуществляется председателем государственной экзаменационной комиссии, деканом факультета и заведующим выпускающей кафедрой.

1.1. Цели и задачи

Целью подготовки и защиты выпускной квалификационной работы является определение уровня подготовки выпускников к самостоятельной работе и овладению методикой проведения исследований при решении профессиональных задач, а также демонстрация полученных теоретических знаний, практических навыков и обобщения практического опыта при решении профессиональных проблем.

Задачами являются:

- систематизация, закрепление и расширение полученных при обучении теоретических знаний, практических навыков при решении конкретных проблем в рамках избранной темы ВКР;
- демонстрация знаний в области исследования, а также практических навыков их применения к решению конкретных проблем теории и практики связей с общественностью;
- выработка конкретных рекомендаций по теме ВКР;
- развитие навыков самостоятельной работы, овладение методиками научных и практических исследований, демонстрация навыков деловой презентации при защите работы.

1.2. Характеристика профессиональной деятельности выпускника

Область (области) профессиональной деятельности и сфера (сферы) профессиональной деятельности, в которых выпускники, освоившие образовательную программу, могут осуществлять профессиональную деятельность включает:

06 Связь, информационные и коммуникационные технологии (в сфере продвижения продукции средств массовой информации, включая печатные издания, телевизионные и радиопрограммы, онлайн-ресурсы)

11 Средства массовой информации, издательство и полиграфия (в сфере мультимедийных, печатных, теле- и радиовещательных средств массовой информации); сфера рекламы и связей с общественностью.

Выпускники могут осуществлять профессиональную деятельность в других областях профессиональной деятельности и (или) сферах профессиональной деятельности

при условии соответствия уровня их образования и полученных компетенций требованиям к квалификации работника.

Объекты профессиональной деятельности выпускников или область (области) знания:

Корреспонденции, материалы, аудио- и видеосюжеты в средствах массовой информации, мероприятия по повышению узнаваемости и популярности

Типы задач профессиональной деятельности выпускников, освоивших образовательную программу:

- авторский;
- редакторский.

Задачи профессиональной деятельности выпускника:

- Продвижение продукции СМИ;
- Управление информационными ресурсами.

РАЗДЕЛ 2. МЕСТО ГОСУДАРСТВЕННОЙ ИТОГОВОЙ АТТЕСТАЦИИ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Государственная итоговая аттестация (подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы) относится к блоку 3 «Государственная итоговая аттестация» базовой части образовательной программы по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

РАЗДЕЛ 3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ПОДГОТОВКИ И ЗАЩИТЫ ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЫ (ВКР)

ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ СООТНЕСЕННЫЕ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Таблица 1.3

Компетентностная карта

| Категория (группа) компетенций | Код компетенции | Формулировка компетенции | Индикаторы достижения компетенции (для планирования результатов обучения по элементам образовательной программы и соответствующих оценочных средств) |
|----------------------------------|-----------------|--|---|
| Универсальные компетенции | | | |
| Системное и критическое мышление | УК-1 | Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач | ИУК-1.1. Знает теоретические основы осуществления поиска, критического анализа и синтеза информации, применения системного подхода для решения поставленных задач ИУК-1.2. Умеет осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач; анализировать проблемную ситуацию как систему, выявляя ее составляющие и связи между ними ИУК-1.3. Владеет навыками осуществления поиска, критического анализа и синтеза информации, применения системного |

| | | | |
|---|--------------------|--|---|
| | | | <p>подхода для решения поставленных задач. критической оценки надежности источников информации; владеет опытом практических действий в области системного анализа проблемных ситуаций различного генезиса</p> |
| <p>Разработка и реализация проектов</p> | <p>УК-2</p> | <p>Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм и имеющихся ресурсов и ограничений</p> | <p>ИУК-2.1. Знает теоретические, правовые основы разработки и реализации проектов, методы определения оптимальных способов достижения поставленной цели проекта ИУК-2.2. Умеет разрабатывать и реализовывать проекты, умеет применять методы определения оптимальных способов достижения поставленной цели проекта; умеет определять зоны ответственности участников проекта ИУК-2.3. Владеет навыками управления проектом на всех этапах его жизненного цикла; навыками осуществления мониторинга хода реализации проекта; навыками презентации обоснования (аргументации) идеи проекта, публичного представления результатов реализации проекта; владеет опытом практических действий в сфере планирования этапов реализации проекта, определения видов работ в сфере достижения задач проекта, владеет опытом действий в области командной проектной работы</p> |
| <p>Командная работа и лидерство</p> | <p>УК-3</p> | <p>Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде</p> | <p>ИУК-3.1. Знает теоретические основы командной работы, психологию лидерства; теоретические основы социального взаимодействия ИУК-3.2. Умеет создавать команды, организовывать их работу, делегировать полномочия членам команды и распределять поручения; эффективно взаимодействовать с другими членами команды, разрешать конфликты и противоречия при деловом общении на основе учета интересов всех членов команды; создавать рабочую атмосферу, позитивный эмоциональный климат в команде; умеет определять эффективность командной работы ИУК-3.3. Владеет навыками социального взаимодействия; опытом практических действий в сфере командной работы, опытом практических действий в сфере профилактики и разрешения личностно-деловых конфликтов; навыками разработки и реализации командной стратегии для достижения поставленной цели; навыками использования ресурсов командной работы в профессиональной деятельности психолога; владеет опытом практических действий в сфере презентации результатов работы команды</p> |

| | | | |
|--|-------------|--|--|
| Коммуникация | УК-4 | Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном и иностранном (ых) языке | <p>ИУК-4.1. Знает теоретические основы деловой устной и письменной коммуникации на русском и иностранном(ых) языке(ах); социокультурные различия в формате корреспонденции на русском и иностранном(-ых) языках</p> <p>ИУК-4.2. Умеет составлять в соответствии с нормами русского языка деловую документацию разных жанров; выполнять перевод профессиональных текстов с иностранного(-ых) на русский язык и обратно; учитывать особенности делового общения в производственной и образовательной деятельности; вести деловую переписку, учитывая особенности стилистики официальных и неофициальных писем</p> <p>ИУК-4.3. Владеет технологией построения эффективной деловой коммуникации в устной и письменной формах; способами передачи профессиональной информации; владеет опытом практических действий в сфере перевода профессиональных текстов с иностранного(-ых) на русский язык и обратно; опытом практических действий в области применения современных коммуникативных технологий, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для профессионального взаимодействия</p> |
| Межкультурное взаимодействие | УК-5 | Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах | <p>ИУК-5.1. Знает способы социального взаимодействия с учетом культурных традиций и норм; закономерности и особенности социально-исторического развития различных культур в этическом и философском контекстах; знает теоретические основы анализа исторического наследия и социокультурных традиций различных социальных групп, теоретические основы анализа и учета разнообразия культур в процессе межкультурного взаимодействия, теоретические основы эффективного социального партнерства, межведомственного и межкультурного взаимодействия</p> <p>ИУК-5.2. Умеет воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах; умеет устанавливать и поддерживать контакты, обеспечивающие успешную работу в коллективе с учетом этнокультурных особенностей; проявлять уважительное отношение к историческому наследию и социокультурным традициям различных социальных групп, проводить анализ разнообразия культур, их особенностей в процессе межкультурного взаимодействия</p> <p>ИУК-5.3. Владеет опытом практических действий в сфере анализа и учета разнообразия культур в процессе межкультурного взаимодействия; владеет методами адекватного восприятия межкультурного разнообразия общества в социально-историческом контексте; навыками общения в мире культурного многообразия с использованием этических норм поведения</p> |
| Самоорганизация и саморазвитие (в т.ч. здоровьесбережение) | УК-6 | Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в | <p>ИУК-6.1. Знает теоретические основы процессов саморазвития, самореализации, самоменеджмента, самоорганизации; знает принципы образования в течение всей жизни; возможные перспективы своей профессиональной карьеры; взаимосвязь своей профессии с другими смежными профессиями</p> <p>ИУК-6.2. Умеет управлять своим временем; оценивать временные и ресурсные дефициты на основе самоанализа, рефлексии, определять направления работы</p> |

| | | | |
|--|-------------|--|---|
| | | течение всей жизни | по восполнению дефицитов; умеет выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни ИУК-6.3. Владеет навыками тайм-менеджмента; способами приобретения новых знаний и навыков профессиональной деятельности; владеет опытом практических действий в сфере определения приоритетов своего профессионального роста |
| Самоорганизация и саморазвитие (в т.ч. Здоровьесбережение) | УК-7 | Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности | ИУК-7.1. Знает закономерности функционирования здорового организма; принципы распределения физических нагрузок; нормативы физической готовности по общей физической группе и с учетом индивидуальных условий физического развития человеческого организма; способы пропаганды здорового образа жизни; знает сущность, виды здоровьесберегающих технологий для поддержания здорового образа жизни с учетом физиологических особенностей организма ИУК-7.2. Умеет поддерживать должный уровень физической подготовленности; грамотно распределить нагрузки; выработать индивидуальную программу физической подготовки, учитывающую индивидуальные особенности развития организма; умеет планировать свое рабочее и свободное время для оптимального сочетания физической и умственной нагрузки и обеспечения работоспособности. ИУК-7.3. Владеет методами поддержки должного уровня физической подготовленности; навыками обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности; владеет опытом практических действий в сфере применения здоровьесберегающих технологий для поддержания здорового образа жизни с учетом физиологических особенностей организма, опытом действий в области соблюдения и пропаганды норм здорового образа жизни в различных социальных ситуациях и в профессиональной деятельности |
| Безопасность жизнедеятельности | УК-8 | Способен создавать и поддерживать безопасные условия жизнедеятельности, в том числе при возникновении чрезвычайных ситуаций | ИУК-8.1. Знает научно обоснованные способы поддерживать безопасные условия жизнедеятельности, в том числе при возникновении чрезвычайных ситуаций; виды опасных ситуаций; способы преодоления опасных ситуаций; приемы первой медицинской помощи; основы медицинских знаний; теоретические основы деятельности по сохранению природной среды, обеспечению устойчивого развития общества ИУК-8.2. Умеет создавать и поддерживать в повседневной жизни и в профессиональной деятельности безопасные условия жизнедеятельности; различить факторы, влекущие возникновение опасных ситуаций; предотвратить возникновение опасных ситуаций, в том числе на основе приемов по оказанию первой медицинской помощи и базовых медицинских знаний. ИУК-8.3. Владеет навыками по предотвращению возникновения опасных ситуаций; приемами первой медицинской помощи; базовыми медицинскими знаниями |

| | | | |
|--|--------------|---|---|
| Экономическая культура, в том числе финансовая грамотность | УК-9 | Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности | ИУК-9.1. Знает основы экономических теорий, базовые принципы функционирования экономики и экономического развития, цели и формы участия государства в экономике ИУК-9.2. Умеет принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности; умеет пользоваться основными расчетными инструментами (наличные, безналичные, электронные денежные средства), предотвращать возможное мошенничество; умеет выбирать инструменты управления личными финансами для достижения поставленных финансовых целей, сравнивать их по критериям доходности, надежности и ликвидности ИУК-9.3. Владеет опытом практических действий в сфере применения основных принципов экономического анализа для принятия решений; владеет методами личного экономического и финансового планирования для достижения поставленных целей |
| Гражданская позиция | УК-10 | Способен формировать нетерпимое отношение к проявлениям экстремизма, терроризма, коррупционному поведению и противодействовать им в профессиональной деятельности | ИУК-10.1. Знает действующие правовые нормы, обеспечивающие борьбу с коррупцией, экстремизмом и терроризмом в различных областях жизнедеятельности; способы профилактики коррупции и формирования нетерпимого отношения к ней ИУК-10.2. Умеет планировать, организовывать и проводить мероприятия, направленные на популяризацию правовой грамотности, формирование гражданской позиции, а также предотвращение коррупции, экстремизма и терроризма в обществе ИУК-10.3. Владеет навыками социального взаимодействия на основе нетерпимого отношения к коррупции, экстремизму и терроризму; построения оптимальной коммуникативной модели в рамках действующего правового поля |
| Общепрофессиональные 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 | ИОПК-1.1. Знает нормы русского и иностранного языков, особенности иных знаковых систем. ИОПК-1.2. Умеет создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты ИОПК-1.3. Владеет нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем. |
| Общество и государство | ОПК-2 | Способен учитывать тенденции | ИОПК-2.1. Знает тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) |

| | | | |
|--------------------------------------|--------------|---|--|
| | | развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах | коммуникационных продуктах ИОПК-2.2. Умеет учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах ИОПК-2.3. Владеет навыками разностороннего освещения тенденций развития общественных и государственных институтов. |
| Культура | ОПК-3 | Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов | ИОПК-3.1. Знает достижения отечественной и мировой культуры. ИОПК-3.2. Умеет использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов. ИОПК-3.3. Владеет навыком создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов с учетом многообразия достижений отечественной и мировой культуры. |
| Аудитория | ОПК-4 | Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности | ИОПК-4.1. Знает запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности. ИОПК-4.2. Умеет отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности. ИОПК-4.3. Владеет навыком определения запросов общества и аудитории в профессиональной деятельности. |
| 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 | ИОПК-5.1. Знает тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира. ИОПК-5.2. Умеет 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. ИОПК-5.3. Владеет навыком анализа политических и экономических механизмов функционирования медиакоммуникационных систем региона, страны и мира. |
| Технологии | ОПК-6 | Способен использовать в профессиональной | ИОПК-6.1. Знает современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии. |

| | | | |
|----------------|--------------|---|--|
| | | деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии | ИОПК-6.2. Умеет использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии. ИОПК-6.3. Владеет современными техническими средствами и информационно-коммуникационными технологиями. |
| Эффекты | ОПК-7 | Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности | ИОПК-7.1. Знает принципы социальной ответственности в журналистике. ИОПК-7.2. Умеет прогнозировать эффекты своей профессиональной деятельности. ИОПК-7.3. Владеет принципами соблюдения социальной ответственности. |

Таблица 2.2

1. Организация маркетинговых исследований в области СМИ

| Трудовые действия | Формулировка компетенции | Индикаторы достижения компетенций |
|--|---|---|
| Поиск статистической и аналитической информации, характеризующей ситуацию на рынке продукции СМИ | ПК-1 Способен осуществлять поиск статистической и аналитической информации, характеризующей ситуацию на рынке продукции СМИ | ИПК-1.1. Знать основные способы сбора, обработки, анализа и наглядного представления информации ИПК-1.2. Уметь использовать современные информационно-коммуникационные технологии и специализированные программные продукты ИПК-1.3. Владеть инструментами выявления факторов, определяющих потребительский спрос на продукцию СМИ, существенные характеристики целевой аудитории потребителей |
| Составление и заключение договоров на проведение маркетингового исследования, социологического опроса о предоставлении информации или оказании иных услуг, необходимых для анализа ситуации на рынке продукции СМИ | ПК-2 Способен составлять и заключать договоры на проведение маркетингового исследования, социологического опроса о предоставлении информации или оказании иных услуг, необходимых для анализа ситуации на рынке продукции СМИ | ИПК-2.1. Знать маркетинговые технологии ИПК-2.2. Уметь составлять договоры гражданско-правового характера, оформлять необходимую документацию по реализации договоров ИПК-2.3. Владеть навыками поиска и анализа необходимой информации, применения количественных и качественных методов анализа |

| | | |
|--|--|--|
| Анализ на основании имеющихся данных ситуации на рынке продукции СМИ | ПК-3 Способен производить анализ на основании имеющихся данных ситуации на рынке продукции СМИ | <p>ИПК-3.1. Знать корпоративные стандарты, регламенты и иные локальные нормативные акты, регулирующие профессиональную деятельность</p> <p>ИПК-3.2. Уметь находить и анализировать необходимую информацию, применять количественные и качественные методы анализа</p> <p>ИПК-3.3. Владеть навыками использования современных информационно-коммуникационных технологий и специализированных программных продуктов</p> |
| Определение целевой аудитории потребителей продукции СМИ | ПК-4 Способен определять целевую аудиторию потребителей продукции СМИ | <p>ИПК-4.1. Знать маркетинговые технологии</p> <p>ИПК-4.2. Уметь выявлять факторы, определяющие потребительский спрос на продукцию СМИ, существенные характеристики целевой аудитории потребителей</p> <p>ИПК-4.3. Владеть навыками составления аналитических отчетов, проведения презентации результатов маркетингового исследования</p> |

2. Разработка маркетинговой стратегии для продукции СМИ

| Трудовые действия | Формулировка компетенции | Индикаторы достижения компетенций |
|---|---|--|
| Разработка концепции продвижения продукции СМИ, формирование коммуникационных целей и маркетинговых стратегий | ПК-5 Способен разрабатывать концепции продвижения продукции СМИ, формировать коммуникативные цели и маркетинговые стратегии | <p>ИПК-5.1. Знать организацию системы сбыта и товародвижения, планирование оптовых и розничных продаж</p> <p>ИПК-5.2. Уметь разрабатывать концептуальные и стратегические документы в области маркетинга</p> <p>ИПК-5.3. Владеть навыками использования современных информационно-коммуникационных технологий, в том числе интернет-технологий и специализированных программных продуктов</p> |
| Выбор маркетинговых технологий и инструментов для донесения до потребителя необходимой информации | ПК-6 Способен выбирать маркетинговые технологии и инструменты для донесения до потребителя необходимой информации | <p>ИПК-6.1. Знать маркетинговые технологии и технологии бренд-менеджмента</p> <p>ИПК-6.2. Уметь использовать современные информационно-коммуникационные технологии, в том числе интернет-технологии и специализированные программные продукты</p> <p>ИПК-6.3. Владеть навыками разработки</p> |

| | | |
|--|---|--|
| | | концептуальных и стратегических документов в области маркетинга |
| Разработка и обоснование проекта ценовой стратегии организации, включая предложения по ценам на продукцию СМИ | ПК-7 Способен разрабатывать и обосновывать проект ценовой стратегии организации, включая предложения по ценам на продукцию СМИ | ИПК-7.1. Знать технологии сегментирования рынка, позиционирования продуктов и компаний, оценки конкурентоспособности продуктов и конкурентов ИПК-7.2. Уметь осуществлять планирование мероприятий по продвижению продукции, планирование расходов на их проведение ИПК-7.3. Владеть средствами интегрирования различных средств продвижения в комплекс маркетинговых коммуникаций |
| Согласование маркетинговой стратегии с целями, задачами и стратегиями других подразделений и организации в целом | ПК-8 Способен согласовывать маркетинговую стратегию с целями, задачами и стратегиями других подразделений и организации в целом | ИПК-8.1. Знать корпоративные стандарты, регламенты и иные локальные нормативные акты, регламентирующие профессиональную деятельность ИПК-8.2. Уметь интегрировать различные средства продвижения в комплекс маркетинговых коммуникаций ИПК-8.3. Владеть инструментами осуществления планирования мероприятий по продвижению продукции, планирования расходов на их проведение |

3. Организаций мероприятий, способствующих увеличению продаж продукции СМИ

| Трудовые действия | Формулировка компетенции | Индикаторы достижения компетенций |
|--|---|--|
| Поиск и отбор организаций, осуществляющих разработку и размещение рекламных материалов, необходимых для продвижения продукции СМИ, продвижение интернет-сайта продукции СМИ в поисковых системах | ПК-9 Способен осуществлять поиск и отбор организаций, осуществляющих разработку и размещение рекламных материалов, необходимых для продвижения продукции СМИ, продвижение интернет-сайта продукции СМИ в поисковых системах | ИПК-9.1. Знать корпоративные стандарты, регламенты и иные локальные нормативные акты, регулирующие профессиональную деятельность ИПК-9.2. Уметь использовать современные информационно-коммуникационные технологии, в том числе интернет-технологии ИПК-9.3. Владеть навыками ведения деловых переговоров, установки деловых отношений с партнерами (клиентами) |

| | | |
|---|--|--|
| Организация представления продвигаемой продукции СМИ на публичных мероприятиях | ПК-10 Способен организовывать представление продвигаемой продукции СМИ на публичных мероприятиях | ИПК-10.1. Знать основные принципы организации рекламной кампании ИПК-10.2. Уметь выступать на публичных мероприятиях с докладами и презентациями ИПК-10.3. Владеть средствами составления договоров гражданско-правового характера, оформления необходимо учетной и отчетной документации |
| Организация проектов, направленных на повышение узнаваемости продукции СМИ, включая благотворительные мероприятия | ПК-11 Способен организовывать проекты, направленные на повышение узнаваемости продукции СМИ, включая благотворительные мероприятия | ИПК-11.1. Знать принципы построения и оценки обратной связи с потребителями продукции СМИ ИПК-11.2. Уметь находить и анализировать необходимую информацию, применять количественные и качественные методы анализа ИПК-11.3. Владеть инструментами анализа результатов продвижения продукции СМИ на основе полученных данных |

4. Контроль и оценка эффективности результатов продвижения продукции СМИ

| Трудовые действия | Формулировка компетенции | Индикаторы достижения компетенций |
|--|--|--|
| Разработка системы показателей для оценки эффективности мероприятий по продвижению продукции СМИ | ПК-12 Способен разрабатывать системы показателей для оценки эффективности мероприятий по продвижению продукции СМИ | ИПК-12.1. Знать принципы построения и оценки обратной связи с потребителями продукции СМИ ИПК-12.2. Уметь формулировать наблюдаемые, измеримые и достоверные показатели, характеризующие продвижение продукции СМИ ИПК-12.3. Владеть навыками использования современных информационно-коммуникационных технологий, в том числе интернет-технологий и специализированных программных продуктов |
| Разработка предложений по корректировке стратегий и программ продвижения продукции СМИ | ПК-13 Способен разрабатывать предложения по корректировке стратегий и программ продвижения продукции СМИ | ИПК-13.1. Знать корпоративные стандарты, регламенты и иные локальные нормативные акты, регулирующие профессиональную деятельность ИПК-13.2. Уметь анализировать результаты продвижения продукции СМИ на основе полученных данных ИПК-13.3. Владеть навыками поиска и анализа необходимой информации, |

| | | |
|--|--|---|
| | | применения количественных и качественных методов анализа |
| Формулирование в рамках поставленной цели проекта совокупность взаимосвязанных задач, обеспечивающих её достижение | ПК-14 Способен формулировать в рамках поставленной цели проекта совокупность взаимосвязанных задач, обеспечивающих её достижение | ИПК-14.1. Знать виды проектной документации и их структуру, принципы формирования проектной документации ИПК-14.2. Уметь формулировать цели и задачи проекта, прогнозировать результаты и риски проекта, планировать ресурсы проекта и составлять план-график ИПК-14.3. Владеть навыками использования полученных знаний для разработки проектной документации |

Трудоемкость государственной итоговой аттестации Очная форма обучения

| З.е. | Всего часов | Контактная работа | | | Часы СР на подготовку кур.раб. | Иная СР | Контроль |
|-----------|-------------|---|---------------------------|--------------------------------------|--------------------------------|---------|------------------|
| | | Занятия лекционного типа (начитка и консультации и перед ГИА) | Занятия семинарского типа | Контактная работа по курсовой работе | | | |
| | | | Лабораторные | Практические/семинарские | | | |
| 4 семестр | | | | | | | |
| 9 | 324 | | | 4 | | 284 | 36 Защита ВКР |
| Всего | | | | | | | |
| 9 | 324 | | | 4 | | 284 | 36 |

Заочная форма обучения

| З.е. | Всего часов | Контактная работа | | | Часы СР на подготовку кур.раб. | Иная СР | Контроль |
|------|-------------|---|---------------------------|--------------------------------------|--------------------------------|---------|----------|
| | | Занятия лекционного типа (начитка и консультации и перед ГИА) | Занятия семинарского типа | Контактная работа по курсовой работе | | | |
| | | | Лабораторные | Практические/семинарские | | | |

| 4 семестр | | | | | | | | |
|-----------|-----|--|--|---|--|--|-----|---------------------|
| 9 | 324 | | | 4 | | | 284 | 36 Защита ВКР |
| Всего | | | | | | | | |
| 9 | 324 | | | 4 | | | 284 | 36 |

РАЗДЕЛ 4. ОСНОВНЫЕ ЭТАПЫ ПОДГОТОВКИ ВКР

4.1 Выбор темы ВКР

Выбор темы ВКР является наиболее важным и ответственным этапом, предопределяющим успех ее защиты.

Список тем является примерным (Раздел 7). Допускается выбор темы, не включенной в примерный перечень, а также возможность изменения названия темы из предложенного списка по согласованию с научным руководителем и заведующим кафедрой.

При выборе темы ВКР необходимо учитывать соответствие объекта исследования той организации, где обучающийся будет проходить преддипломную практику.

Заявление обучающегося об избрании темы ВКР и назначении научного руководителя, подписанное предполагаемым научным руководителем (Приложение 1) и завизированное заведующим выпускающей кафедрой, представляется на утверждение декану.

Утверждение темы ВКР и назначение научного руководителя оформляется распоряжением декана факультета.

Изменение формулировки темы ВКР и смена научного руководителя после издания распоряжения допускается в исключительных случаях.

4.2 Подготовка ВКР

Подготовка выпускной квалификационной работы включает:

- работу с научным руководителем;
- изучение литературы, теоретических и практических аспектов решения проблем в рамках темы исследования;
- аналитическую обработку фактического материала в сочетании с материалом литературных источников;
- написание текста ВКР и представление его научному руководителю;
- доработка текста ВКР по замечаниям научного руководителя;
- представление завершенной и оформленной ВКР научному руководителю и получение его отзыва;
- представление ВКР с отзывом научного руководителя на предзащиту
- подготовка выступления для предзащиты ВКР с обязательной мультимедийной презентацией.

4.3 Предзащита ВКР

В состав комиссии по предзащите включаются заведующий выпускающей кафедрой, руководитель программы, преподаватели, осуществляющие образовательный процесс на данной программе, по возможности, научный руководитель, внешние эксперты/представители работодателей или баз практик. В процессе предзащиты автор излагает основное содержание проделанной работы, выводы по ней и практические предложения. Результаты предварительной защиты и замечания по ней доводятся до сведения обучающегося. По результатам предзащиты комиссия дает рекомендации по тексту ВКР и представлению ее на публичной защите.

Документы, предоставляемые на защиту:

- зачетная книжка;
- оформленная ВКР;
- документ, подтверждающий проверку ВКР на плагиат;
- отзыв научного руководителя.

Цели проведения предзащиты:

- проверить соответствие ВКР предъявляемым требованиям;
- проверить наличие комплекта всех необходимых к защите документов;
- проверить готовность обучающегося к защите ВКР.

По результатам предзащиты решается вопрос о допуске обучающегося к защите, о чем делается соответствующая запись на титульном листе работы (Приложение 2).

В случае замечаний, выявленных в ходе предзащиты, обучающийся должен их исправить в указанные сроки и пройти повторное обсуждение нового варианта работы у заведующего выпускающей кафедрой.

4.4 Допуск к защите ВКР

К защите ВКР допускаются обучающиеся, полностью выполнившие учебный план, успешно прошедшие преддипломную практику и предзащиту на выпускающей кафедре в установленные сроки.

Электронная версия ВКР размещается в электронной образовательной среде вуза, в т.ч. электронном портфолио обучающегося.

Обучающийся несет ответственность за самостоятельность и качество ВКР, о чём ставит личную подпись на титульном листе. Работа проверяется на наличие плагиата в соответствии с локальными актами университета, о чем делается отметка на титульном листе работы. При недостижении пороговых значений (65 % оригинального авторского текста), работа к защите не допускается.

РАЗДЕЛ 5. ОБЩИЕ ТРЕБОВАНИЯ ВКР

Выпускная квалификационная работа должна отражать решение профессиональных задач. Оригинальность постановки и качество решения которых является одним из основных критериев оценки качества ВКР.

К выпускной квалификационной работе как завершающему этапу обучения обучающихся предъявляются следующие требования:

- должна быть раскрыта сущность исследуемой проблемы, показана актуальность и практическая значимость ее решения с точки зрения современности;
- раскрытие темы работы должно быть конкретным, с анализом фактических данных;
- должна содержать постановку проблем в профессиональной сфере, пути их реализации и внедрения.
- должна содержать ссылки на использованные литературные источники и источники фактических данных, надлежащим образом оформленные, отражать позицию ее автора по дискуссионным вопросам;
- должна быть написана грамотным с профессиональной точки зрения языком и правильно оформлена.

5.1. Структура и содержание ВКР

Выпускная квалификационная работа должна содержать следующие структурные элементы и в следующем порядке:

- титульный лист;
- оглавление: пронумерованные названия глав и параграфов с указанием номеров страниц;
- введение;
- основная часть;
- заключение;
- список использованных источников;
- приложения (при необходимости).

Введение (2–3 страницы) содержит обоснование выбора темы ВКР и ее актуальность; формулировку цели и задач исследования; определение объекта и предмета исследования; краткий обзор литературы по теме, позволяющий определить положение работы в общей структуре публикаций по данной теме; характеристику методологического аппарата исследования; обоснование теоретической и практической значимости результатов исследования; краткую характеристику структуры работы.

Основная часть работы состоит из глав, содержание которых должно точно соответствовать и полностью раскрывать заявленную тему работы, поставленные задачи и сформулированные вопросы исследования. Оптимальное число параграфов в каждой главе – не меньше двух. Главы основной части должны быть сопоставимыми по объему, иметь внутреннее единство и логику.

Первая глава, как правило, носит теоретический характер и включает в себя критический обзор научной литературы по теме работы, исследование теоретических концепций, с обязательным обоснованием полученных ранее результатов и предполагаемым вкладом автора в изучение избранной проблемы.

Содержание *второй главы* включает в себя описание проведенной автором аналитической работы, включая методику и инструментарий исследования.

При наличии *Третьей главы*, она обычно носит практический, прикладной характер. Предложенные автором решения должны быть аргументированы и оценены, что должно свидетельствовать о личном вкладе обучающегося.

Допускается до 4 глав.

Заключение отражает обобщенные результаты проведенного исследования в соответствии с поставленной целью и задачами, а также раскрывает значимость полученных результатов. Заключение должно составлять не менее 2 страниц.

Список использованных источников включает в себя все источники, материалы которых использовались при написании выпускной квалификационной работы. Источники литературы приводятся в алфавитном порядке – по фамилиям авторов или заглавиям, причем сначала указываются источники на русском языке, затем – на иностранных языках.

В **Приложения** включаются материалы, имеющие дополнительное справочное или документально подтверждающее значение. Приложения не должны составлять более 1/3 общего объема ВКР.

5.2. Требования к оформлению ВКР

Общие требования к оформлению ВКР

К защите принимаются работы, выполненные с помощью компьютерного набора. Рекомендуемый объем ВКР – **от 80 до 120 страниц печатного текста**.

Текст ВКР должен быть напечатан на одной стороне стандартного листа формата А4 (270 х 297 мм) с соблюдением следующих характеристик:

- шрифт TimesNewRoman;
- размер – 14;
- интервал – 1,5;

- верхнее и нижнее поля – 20 мм, левое – 30 мм, правое – 10 мм;
- главы начинаются с новой страницы, и их заголовки печатаются жирным шрифтом TimesNewRoman, размер 16;
- заголовки второго уровня (параграфы) печатаются жирным шрифтом TimesNewRoman, размер 14;
- выравнивание текста по ширине.

Логически законченные элементы текста, объединенные единой мыслью, должны выделяться в отдельные абзацы. Первая строка абзаца должна иметь отступ. Сдвиг вправо первой строки абзаца должен быть одинаковым для всего текста ВКР и равняться 1,5.

Все страницы ВКР должны быть пронумерованы арабскими цифрами вверху по центру страницы сквозной нумерацией по всему тексту, включая приложения. Титульный лист включается в общую нумерацию страниц, но на нем номер страницы не проставляется.

Главы и параграфы (кроме введения, заключения и списка литературы) нумеруются арабскими цифрами (например, глава 1, параграф 1.1). При этом слова «параграф» и «пункт» не пишутся перед номером – следом за номером идет название соответствующего подраздела.

Заголовки разделов всех уровней, слова *Содержание, Введение, Заключение, Список использованных источников*, пишутся без кавычек, без точки в конце и выравниваются по центру страницы. Перенос слов в заголовках не допускается.

Каждая глава, оглавление, введение, заключение, список источников, каждое приложение (но не параграфы) начинаются с новой страницы.

Графики, схемы, диаграммы располагаются в работе непосредственно после текста, имеющего на них ссылку (выравнивание – по центру страницы).

Название графиков, схем, диаграмм помещается под ними, пишется без кавычек и содержит указание на порядковый номер рисунка, без знака №, например: *Рисунок 1 – Название рисунка* (нумерация сквозная в пределах всей работы).

При построении графиков по осям координат вводятся соответствующие показатели, буквенные обозначения которых выносятся на концы координатных осей, фиксируемые стрелками.

Таблицу следует располагать непосредственно после текста, в котором она упоминается впервые, или на следующей странице. Наименование таблицы должно отражать ее содержание, быть точным, кратким. Наименование следует помещать над таблицей, без абзацного отступа в следующем формате:

Таблица 1 - Наименование таблицы

| | | | | | | |
|--|--|--|--|--|--|--|
| | | | | | | |
| | | | | | | |
| | | | | | | |
| | | | | | | |

Если наименование таблицы занимает две строки и более, то его следует записывать через один межстрочный интервал.

Таблицу с большим количеством строк допускается переносить на другую страницу. При переносе части таблицы на другую страницу слово "Таблица", ее номер и наименование указывают один раз над первой частью таблицы, а над другими частями также слева пишут слова "Продолжение таблицы" и указывают номер таблицы.

Уравнения и формулы следует выделять из текста в отдельную строку. Пояснение значений символов и числовых коэффициентов следует приводить непосредственно под формулой в той же последовательности, в которой они представлены в формуле. Значение каждого символа и числового коэффициента необходимо приводить с новой строки. Первую строку пояснения начинают со слова «где» без двоеточия с абзаца.

Формулы работе следует располагать посередине строки и обозначать порядковой нумерацией в пределах всей работы арабскими цифрами в круглых скобках в крайнем правом положении на строке. Одну формулу обозначают (1).

Правила оформления списка использованных источников В Список использованных источников должны быть обязательно включены те источники, на которые делаются ссылки в основном тексте работы. Нумерация источников в списке литературы обязательна. Список использованных источников должен включать в себя не менее 20–30 наименований. В работе обязательно должна быть использована литература последних трех лет.

Рекомендуется оформление по следующим блокам со сквозной нумерацией:

- нормативные правовые акты

(даются в действующей редакции и располагают по иерархии)

1. Федеральный закон от 24.07.2007 г. № 209-ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» (в ред. от __.__. __ г.).
2. Закон РФ от 2 декабря 1990 г. № 395-1 «О банках и банковской деятельности» (в ред. от __.__. __ г.).
3. Приказ Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 12.11.2015 N 1327 «Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 38.03.01 Экономика (уровень бакалавриата)».

- материалы судебной (и иной юридической) практики

указываемый источник должен содержать: наименование решения, а также статус органа, его вынесшего, наименование и источник опубликования. Материалы юридической практики располагаются по их силе, а в каждом блоке одинаково значимых источников – в обратном хронологическом порядке исходя из даты их принятия.

4. О практике рассмотрения судами дел «О защите прав потребителей»: постановление Пленума ВС РФ от 29 сентября 2004 г. № 7 // Бюллетень ВС РФ. – 2004. – № 7;
5. Обзор практики разрешения споров, связанных с заключением, изменением и расторжением договоров: информационное письмо Президиума ВАС РФ 5 мая 1997 г. № 14 // Вестник ВАС РФ. – 1997. – №1.

- учебная и научная литература

(по алфавиту фамилий авторов либо названий работ)

6. Лахметкина Н.И. Инвестиционная стратегия предприятия: Учебное пособие. – М.: Кнорус, 2017. ___ с. (IPRbook.ru).
7. Мочалова Л.А., Касьянова А.В., РауЭ.И. Финансовый менеджмент: учебное пособие. — М.: КноРус, 2016 ___ с. (IPRbook.ru).

- диссертации

8. Толстых О.А. Английский постмодернистский роман конца XX века и викторианская литература: интертекстуальный диалог (на материале романов А.С. Байетт и Д. Лоджа): Дисс... ... канд. филол. наук. – Екатеринбург, 2008. – 187 с.

- авторефераты диссертаций

9. Троицкая А.Н. Интертекстуальный хронотоп готического романа (на материале англоязычных произведений): Автореф. дис. ... канд. филол. наук. – СПб., 2008. – 18 с.

- статьи в периодических изданиях

При оформлении статей требуется указывать фамилию и инициалы автора (авторов), название статьи, через две косые черты - наименование издания, год и номер издания, занимаемые страницы. Статьи также размещаются по алфавиту фамилий авторов. Например:

10. Зуев А., Мясникова Л. Глобализация: аспекты, о которых мало говорят // МЭ и МО. – 2015. – № 8. – С. 54–60.

11. Лысова Т., Козицын С. и др. Основные проблемы экономики // Ведомости. – 2016. – 17 окт. – С. 5.

- литература на иностранных языках

12. Cantner U., Meder A., terWal A.L.J. (2010) Innovator network and regional knowledge base. *Technovation*, vol. 30, no 2, pp. 496–507.

- интернет-ресурсы

13. <http://www.consultant.ru> – справочная правовая система «КонсультантПлюс». Дата обращения _____.

14. <http://bea.triumvirat.ru/russian> – Бюро экономического анализа (Россия). Дата обращения _____.

15. <http://www.libertarium.ru> – Коллекция текстов российских ученых, переводы статей и книг известных западных экономистов. Дата обращения _____.

16. http://www.nationmaster.com/graf/eo_gdp-economy-gdp-nominal – статистика ВВП по странам. Дата обращения _____.

Оформление приложений В приложении приводятся формы документов, схемы, таблицы, а также другие вспомогательные материалы, включение которых в текст аналитической и рекомендательной частей работы нецелесообразно из-за нарушения логической стройности изложения.

Приложение должно иметь заголовок, который записывают с прописной буквы, отдельной строкой без точки в конце арабскими цифрами (Приложение 1. Форма договора проката).

Правила оформления сносок Нумерация сносок в выпускной квалификационной работе сплошная постраничная, арабскими цифрами. Знак сноски ставят без пробела надстрочным непосредственно после того слова, числа, символа, предложения, к которому дается пояснение.

Сноску располагают с абзацного отступа в конце страницы, на которой приведено поясняемое слово (фраза или данные).

Пример построчной сноски:

А.К. Черник в своей статье рассмотрел данный вопрос¹.

Если на одной странице несколько сносок на одно произведение, то пишут «Там же» или «Там же, с.5б» (пока на других страницах не появится новый источник).

5.3. Порядок брошюровки ВКР

1. В работу вшиваются (твердый переплет):

- Титульный лист
- Содержание
- Текст работы с введением, заключением, списком использованных источников и приложениями (при наличии).

2. При прошивке (скреплении) выпускной квалификационной работы в конце вшиваются 4 пустых файла, в которые впоследствии вкладываются:

- 2.1. CD-диск с иллюстративным материалом к докладу и текстом работы выпускника (pdf, word);
- 2.2. Отчет о проверке работы на наличие плагиата;
- 2.3. Отзыв научного руководителя (Приложение 3);
- 2.4. Рецензия (Приложение 4).

¹Черник А.К. Налогообложение в рыночной экономике // Финансы. 2018. № 5. С. 79.

**РАЗДЕЛ 6. ОЦЕНОЧНЫЕ И МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЕ
(ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ) ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ГОСУДАРСТВЕННОЙ АТТЕСТАЦИИ**

Таблица 6.

Планируемые результаты обучения, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы в соотношении с оценочными средствами

| Код компетенции | Название компетенции | Ожидаемые результаты | Примеры контрольных вопросов и заданий для оценивания знаний, умений, владений | Методы и средства контроля |
|------------------------|--|--|---|---|
| УК-1 | Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач | <p>ИУК-1.1. Знает теоретические основы осуществления поиска, критического анализа и синтеза информации, применения системного подхода для решения поставленных задач</p> <p>ИУК-1.2. Умеет осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач; анализировать проблемную ситуацию как систему, выявляя ее составляющие и связи между ними</p> <p>ИУК-1.3. Владеет навыками осуществления поиска, критического анализа и синтеза информации, применения системного подхода для решения поставленных задач. критической</p> | Объясните принципы поиска материала для ВКР Какими способами верификации материала для ВКР Вы пользовались Какие источники теоретического и практического материала Вы использовали при подготовке ВКР? | Оценка представленной ВКР (оформление, композиция, качество)) Защита ВКР |

| | | | | |
|-------------|---|--|--|---|
| | | оценки надежности источников информации; владеет опытом практических действий в области системного анализа проблемных ситуаций различного генезиса | | |
| УК-2 | Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм и имеющихся ресурсов и ограничений | <p>ИУК-2.1. Знает теоретические, правовые основы разработки и реализации проектов, методы определения оптимальных способов достижения поставленной цели проекта</p> <p>ИУК-2.2. Умеет разрабатывать и реализовывать проекты, умеет применять методы определения оптимальных способов достижения поставленной цели проекта; умеет определять зоны ответственности участников проекта</p> <p>ИУК-2.3. Владеет навыками управления проектом на всех этапах его жизненного цикла; навыками осуществления мониторинга хода реализации проекта; навыками презентации обоснования (аргументации)</p> | Какие правовые нормы регулируют вопросы, связанные с тематикой Вашей ВКР? С какими правовыми нормами взаимодействует контент средств массовой информации? Как использованы при подготовке ВКР сведения о правовых актах и изменениях правовой системы? | Оценка представленной ВКР (оформление, композиция, качество)) Защита ВКР |

| | | | | |
|-------------|---|---|---|---|
| | | идеи проекта, публичного представления результатов реализации проекта; владеет опытом практических действий в сфере планирования этапов реализации проекта, определения видов работ в сфере достижения задач проекта, владеет опытом действий в области командной проектной работы | | |
| УК-3 | Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде | <p>ИУК-3.1. Знает теоретические основы командной работы, психологию лидерства; теоретические основы социального взаимодействия</p> <p>ИУК-3.2. Умеет создавать команды, организовывать их работу, делегировать полномочия членам команды и распределять поручения; эффективно взаимодействовать с другими членами команды, разрешать конфликты и противоречия при деловом общении на основе учета интересов всех членов команды; создавать рабочую атмосферу, позитивный эмоциональный климат в команде; умеет определять эффективность командой работы</p> <p>ИУК-3.3. Владеет навыками социального</p> | Как Вы использовали методы взаимодействия с коллективами средств массовой информации? Какие конкретные действия в ходе практической работы в средствах массовой информации и в рг-отделе способствовали подготовке Вашей выпускной квалификационной работы? | Оценка представленной ВКР (оформление, композиция, качество)) Защита ВКР |

| | | | | |
|-------------|--|--|---|---|
| | | <p>взаимодействия; опытом практических действий в сфере командной работы, опытом практических действий в сфере профилактики и разрешения личностно-деловых конфликтов; навыками разработки и реализации командной стратегии для достижения поставленной цели; навыками использования ресурсов командной работы в профессиональной деятельности психолога; владеет опытом практических действий в сфере презентации результатов работы команды</p> | | |
| УК-4 | <p>Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном и иностранном (ых) языке</p> | <p>ИУК-4.1. Знает теоретические основы деловой устной и письменной коммуникации на русском и иностранном(ых) языке(ах); социокультурные различия в формате корреспонденции на русском и иностранном(-ых) языках ИУК-4.2. Умеет составлять в соответствии с нормами русского языка деловую документацию разных жанров; выполнять перевод профессиональных текстов с иностранного(-ых) на русский язык и обратно; учитывать особенности делового общения в производственной и</p> | <p>Какие коммуникативные взаимодействия Вы осуществляли с различными членами коллектива средств массовой информации и героями публикаций СМИ / видеоматериалов / аудиоматериалов в процессе подготовки ВКР?</p> | <p>Оценка представленной ВКР (оформление, композиция, качество)</p> <p>Защита ВКР</p> |

| | | | | |
|-------------|---|---|---|---|
| | | <p>образовательной деятельности; вести деловую переписку, учитывая особенности стилистики официальных и неофициальных писем</p> <p>ИУК-4.3. Владеет технологией построения эффективной деловой коммуникации в устной и письменной формах; способами передачи профессиональной информации; владеет опытом практических действий в сфере перевода профессиональных текстов с иностранного(-ых) на русский язык и обратно; опытом практических действий в области применения современных коммуникативных технологий, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для профессионального взаимодействия</p> | | |
| УК-5 | <p>Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах</p> | <p>ИУК-5.1. Знает способы социального взаимодействия с учетом культурных традиций и норм; закономерности и особенности социально-исторического развития различных культур в этическом и философском контекстах; знает теоретические основы анализа исторического наследия и социокультурных традиций различных социальных групп, теоретические основы анализа и учета разнообразия культур в процессе межкультурного взаимодействия, теоретические основы эффективного социального партнерства, междомственного и</p> | <p>С какими вопросами межкультурного диссонанса Вам приходилось сталкиваться при подготовке ВКР? Какие аспекты темы Вашей ВКР имеют историческую, философскую и культурную обусловленность? Какие аспекты, на Ваш взгляд, не детерминированы социальной и исторической обстановкой?</p> | <p>Оценка представленной ВКР (оформление, композиция, качество) Защита ВКР</p> |

| | | | | |
|-------------|---|--|---|--|
| | | <p>межкультурного взаимодействия ИУК-5.2. Умеет воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах; умеет устанавливать и поддерживать контакты, обеспечивающие успешную работу в коллективе с учетом этнокультурных особенностей; проявлять уважительное отношение к историческому наследию и социокультурным традициям различных социальных групп, проводить анализ разнообразия культур, их особенностей в процессе межкультурного взаимодействия ИУК-5.3. Владеет опытом практических действий в сфере анализа и учета разнообразия культур в процессе межкультурного взаимодействия; владеет методами адекватного восприятия межкультурного разнообразия общества в социально-историческом контексте; навыками общения в мире культурного многообразия с использованием этических норм поведения</p> | | |
| УК-6 | Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни | <p>ИУК-6.1. Знает теоретические основы процессов саморазвития, самореализации, самоменеджмента, самоорганизации; знает принципы образования в течение всей жизни; возможные перспективы своей профессиональной карьеры; взаимосвязь своей профессии с другими смежными профессиями</p> | Какие способы и формы коммуникации вы использовали во время сбора материала для своей ВКР? Как Вы планировали процесс подготовки и создания ВКР? | Оценка представленной ВКР (оформление, композиция, качество) Защита ВКР |

| | | | | |
|-------------|--|---|--|--|
| | | <p>ИУК-6.2. Умеет управлять своим временем; оценивать временные и ресурсные дефициты на основе самоанализа, рефлексии, определять направления работы по восполнению дефицитов; умеет выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни</p> <p>ИУК-6.3. Владеет навыками тайм-менеджмента; способами приобретения новых знаний и навыков профессиональной деятельности; владеет опытом практических действий в сфере определения приоритетов своего профессионального роста</p> | | |
| УК-7 | Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности | <p>ИУК-7.1. Знает закономерности функционирования здорового организма; принципы распределения физических нагрузок; нормативы физической готовности по общей физической группе и с учетом индивидуальных условий физического развития человеческого организма; способы пропаганды здорового образа жизни; знает</p> | <p>Как Вы соблюдали методы сохранения здоровья в процессе работы над ВКР? Какая физическая активность потребовалась в процессе подготовки ВКР? Соблюдали ли вы основные принципы и рекомендации по ведению здорового</p> | <p>Оценка представленной ВКР (оформление, композиция, качество)) Защита ВКР</p> |

| | | | | |
|-------------|--|---|--|---------------------------|
| | | <p>сущность, виды здоровьесберегающих технологий для поддержания здорового образа жизни с учетом физиологических особенностей организма</p> <p>ИУК-7.2. Умеет поддерживать должный уровень физической подготовленности; грамотно распределить нагрузки; выработать индивидуальную программу физической подготовки, учитывающую индивидуальные особенности развития организма; умеет планировать свое рабочее и свободное время для оптимального сочетания физической и умственной нагрузки и обеспечения работоспособности.</p> <p>ИУК-7.3. Владеет методами поддержки должного уровня физической подготовленности; навыками обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности; владеет опытом практических действий в сфере применения здоровьесберегающих технологий для поддержания здорового образа жизни с учетом физиологических особенностей организма, опытом действий в области соблюдения и пропаганды норм здорового образа жизни в различных социальных ситуациях и в профессиональной деятельности</p> | <p>образа жизни при подготовке ВКР?</p> | |
| УК-8 | Способен создавать и поддерживать безопасные | ИУК-8.1. Знает научно обоснованные способы поддерживать | Какие знания по безопасности жизнедеятельности | Оценка представленной ВКР |

| | | | | |
|-------------|---|--|---|--|
| | <p>условия жизнедеятельности, в том числе при возникновении чрезвычайных ситуаций</p> | <p>безопасные условия жизнедеятельности, в том числе при возникновении чрезвычайных ситуаций; виды опасных ситуаций; способы преодоления опасных ситуаций; приемы первой медицинской помощи; основы медицинских знаний; теоретические основы деятельности по сохранению природной среды, обеспечению устойчивого развития общества</p> <p>ИУК-8.2. Умеет создавать и поддерживать в повседневной жизни и в профессиональной деятельности безопасные условия жизнедеятельности; различить факторы, влекущие возникновение опасных ситуаций; предотвратить возникновение опасных ситуаций, в том числе на основе приемов по оказанию первой медицинской помощи и базовых медицинских знаний.</p> <p>ИУК-8.3. Владеет навыками по предотвращению возникновения опасных ситуаций; приемами первой медицинской помощи; базовыми медицинскими знаниями</p> | <p>были востребованы в ходе подготовки ВКР? Какие принципы безопасности жизнедеятельности необходимо соблюдать во время подготовки ВКР? С какими чрезвычайными ситуациями вы сталкивались при подготовке ВКР? При отсутствии таковых были ли вы подготовлены к их наступлению во время сбора материала и написания ВКР?</p> | <p>(оформление, композиция, качество) Защита ВКР</p> |
| УК-9 | <p>Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях</p> | <p>ИУК-9.1. Знает основы экономических теорий, базовые принципы функционирования</p> | <p>Рассматривали ли вы при подготовке ВКР экономическую составляющую работы редакции, контент</p> | <p>Оценка представленной ВКР (оформл</p> |

| | | | | |
|--------------|--|--|--|---|
| | жизнедеятельности | экономики и экономического развития, цели и формы участия государства в экономике ИУК-9.2. Умеет принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности; умеет пользоваться основными расчетными инструментами (наличные, безналичные, электронные денежные средства), предотвращать возможное мошенничество; умеет выбирать инструменты управления личными финансами для достижения поставленных финансовых целей, сравнивать их по критериям доходности, надежности и ликвидности ИУК-9.3. Владеет опытом практических действий в сфере применения основных принципов экономического анализа для принятия решений; владеет методами личного экономического и финансового планирования для достижения поставленных целей | которой или работу в целом вы изучаете в ВКР? Какие финансовые инструменты используются руководством при планировании бюджета, распределении материальных ресурсов и т.д.? | ение, композиция, качество) Защита ВКР |
| УК-10 | Способен формировать нетерпимое отношение к проявлениям экстремизма, терроризма, | ИУК-10.1. Знает действующие правовые нормы, обеспечивающие борьбу с коррупцией, экстремизмом и терроризмом в | Проводя сбор материала и его анализ для ВКР, сталкивались ли вы со случаями коррупции (к примеру, в редакции СМИ, публикационную | Оценка представленной ВКР (оформление, композиция |

| | | | | |
|--------------|--|---|--|---|
| | <p>коррупционному поведению и противодействовать им в профессиональной деятельности</p> | <p>различных областях жизнедеятельности; способы профилактики коррупции и формирования нетерпимого отношения к ней ИУК-10.2. Умеет планировать, организовывать и проводить мероприятия, направленные на популяризацию правовой грамотности, формирование гражданской позиции, а также предотвращение коррупции, экстремизма и терроризма в обществе ИУК-10.3. Владеет навыками социального взаимодействия на основе нетерпимого отношения к коррупции, экстремизму и терроризму; построения оптимальной коммуникативной модели в рамках действующего правового поля</p> | <p>активность и работу в целом которого вы изучаете)? Какие законодательные акты и нормы, действующие на территории Российской Федерации, нарушает такое предложение? Какое наказание последует за их нарушение?</p> | <p>ция, качество)) Защита ВКР</p> |
| ОПК-1 | <p>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</p> | <p>ИОПК-1.1. Знает нормы русского и иностранного языков, особенности иных знаковых систем. ИОПК-1.2. Умеет создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты ИОПК-1.3. Владеет нормами русского и</p> | <p>Сталкивались ли Вы с речевыми ошибками в СМИ в процессе подготовки ВКР? Если да, то с какими? Как Вы организовали и осуществили редакторскую работу над ВКР? Использовали ли Вы материалы на иностранном языке в процессе подготовки ВКР? Какие материалы были Вами использованы?</p> | <p>Оценка представленной ВКР (оформление, композиция, качество)) Защита ВКР</p> |

| | | | | |
|--------------|--|--|--|--|
| | | иностранного языков, особенностями иных знаковых систем. | | |
| ОПК-2 | Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах | <p>ИОПК-2.1. Знает тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах</p> <p>ИОПК-2.2. Умеет учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах</p> <p>ИОПК-2.3. Владеет навыками разностороннего освещения тенденций развития общественных и государственных институтов.</p> | На основе анализатенденций развития общественных и государственных институтов разработать возможные перспективы развития анализируемого в ВКР средства массовой информации / рг-проекта / принципов работы отдела по связям с общественностью (при наличии). Какие общественные и государственные институты пользуются рг-технологиями, анализируемыми в ВКР? | Оценка представленной ВКР (оформление, композиция, качество) Защита ВКР |
| ОПК-3 | Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов | <p>ИОПК-3.1. Знает достижения отечественной и мировой культуры.</p> <p>ИОПК-3.2. Умеет использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов.</p> <p>ИОПК-3.3. Владеет навыком создания медиатекстов и (или)</p> | Какие достижения мировой и отечественной культуры оказались полезными в ходе подготовки ВКР? Какие константы мировой культуры используются при подготовке анализируемых медиатекстов и медиакампаний? | Оценка представленной ВКР (оформление, композиция, качество) Защита ВКР |

| | | | | |
|--------------|---|--|---|--|
| | | медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов с учетом многообразия достижений отечественной и мировой культуры. | | |
| ОПК-4 | Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности | ИОПК-4.1. Знает запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности. ИОПК-4.2. Умеет отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности. ИОПК-4.3. Владеет навыком определения запросов общества и аудитории в профессиональной деятельности. | Какие потребности общества и аудитории были проанализированы в ходе подготовки ВКР? Каким потребностям целевой аудитории удовлетворяет анализируемый медиапродукт? | Оценка представленной ВКР (оформление, композиция, качество) Защита ВКР |
| 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 | ИОПК-5.1. Знает тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира. ИОПК-5.2. Умеет 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. ИОПК-5.3. Владеет навыком анализа политических и экономических механизмов функционирования медиакоммуникацион | Какие тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира Вы выявили при написании ВКР? Какие особенности отечественных организаций и связей с общественностью удалось выявить наряду с уже обозначенными в теоретической литературе по теме ВКР? Какими источниками из зарубежной литературы, журналистики и пр вы пользовались при подготовке ВКР? | Оценка представленной ВКР (оформление, композиция, качество) Защита ВКР |

| | | | | |
|--|--|--|---|--|
| | | ных систем региона, страны и мира. | | |
| ОПК-6 | Способен использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии | ИОПК-6.1. Знает современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии. ИОПК-6.2. Умеет использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии. ИОПК-6.3. Владеет современными техническими средствами и информационно-коммуникационными технологиями. | Какие технические средства использовались в процессе подготовки ВКР? Какие информационно-коммуникационные технологии были задействованы при подготовке ВКР? | Оценка представленной ВКР (оформление, композиция, качество) Защита ВКР |
| ОПК-7 | Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности | ИОПК-7.1. Знает принципы социальной ответственности в журналистике. ИОПК-7.2. Умеет прогнозировать эффекты своей профессиональной деятельности. ИОПК-7.3. Владеет принципами соблюдения социальной ответственности. | Как Вы оцениваете последствия профессиональной деятельности журналистов и пиарщиков, материалы которых анализировали в ходе подготовки ВКР? Каковы способы и формы оценки социальной ответственности специалиста по связям с общественностью во время его работы над материалом? Какие выводы об этом Вы сделали в ходе подготовки ВКР? | Оценка представленной ВКР (оформление, композиция, качество) Защита ВКР |
| Поиск статистической и аналитической информации, характеризующей ситуацию на рынке продукции СМИ | ПК-1 Способен осуществлять поиск статистической и аналитической информации, характеризующей ситуацию на рынке продукции СМИ | ИПК-1.1. Знать основные способы сбора, обработки, анализа и наглядного представления информации | Как используются современные информационные технологии при проведении научных исследований и обработке | Оценка представленной ВКР (оформление, композиция) |

| | | | | |
|---|--|---|---|--|
| | | <p>ИПК-1.2. Уметь использовать современные информационно-коммуникационные технологии и специализированные программные продукты</p> <p>ИПК-1.3. Владеть инструментами выявления факторов, определяющих потребительский спрос на продукцию СМИ, существенные характеристики целевой аудитории потребителей</p> | <p>полученных результатов? Как проанализированы и представлены законченные исследовательские разработки?</p> | <p>ия, качество) Защита ВКР</p> |
| <p>Составление и заключение договоров на проведение маркетингового исследования, социологического опроса о предоставлении информации или оказании иных услуг, необходимых для анализа ситуации на рынке</p> | <p>ПК-2 Способен составлять и заключать договоры на проведение маркетингового исследования, социологического опроса о предоставлении информации или оказании иных услуг, необходимых для анализа ситуации на рынке продукции СМИ</p> | <p>ИПК-2.1. Знать маркетинговые технологии</p> <p>ИПК-2.2. Уметь составлять договоры гражданско-правового характера, оформлять необходимую документацию по реализации договоров</p> <p>ИПК-2.3. Владеть навыками поиска и анализа необходимой информации, применения количественных и качественных методов анализа</p> | <p>Встретились ли Вы в процессе подготовки ВКР с нарушением этических норм? Опишите подробнее. Как в анализируемых рг-проектах используются и соблюдаются правила охраны труда? Какие приемы выстраивания сюжета, принципы и подходы к планированию проекта мер по обеспечению связей с общественностью Вы выявили?</p> | <p>Оценка представленной ВКР (оформление, композиция, качество) Защита ВКР</p> |

| | | | | |
|--|--|--|--|---|
| продукции СМИ | | | | |
| Анализ на основании имеющихся данных ситуации на рынке продукции СМИ | ПК-3 Способен производить анализ на основании имеющихся данных ситуации на рынке продукции СМИ | <p>ИПК-3.1. Знать корпоративные стандарты, регламенты и иные локальные нормативные акты, регулирующие профессиональную деятельность</p> <p>ИПК-3.2. Уметь находить и анализировать необходимую информацию, применять количественные и качественные методы анализа</p> <p>ИПК-3.3. Владеть навыками использования современных информационно-коммуникационных технологий и специализированных программных продуктов</p> | <p>Как современным специалистам в области связей с общественностью приходится определять, находить и разрабатывать актуальные интересные темы для целевой аудитории</p> <p>Насколько эффективно анализируемые рг-проекты пользуются современными средствами связи, информационно-коммуникационными технологиями для поиска информации</p> <p>Как Вам приходилось использовать приемы эффективной коммуникации во время подготовки ВКР</p> <p>Каким образом Вы организовали анализ больших объемов информации</p> <p>Как удалось организовать сроки выполнения работы в соответствии с внутренним распорядком организации и технологическим процессом</p> | <p>Оценка представленной ВКР (оформление, композиция, качество)</p> <p>Защита ВКР</p> |
| Определение целевой аудитории потребителей продукции СМИ | ПК-4 Способен определять целевую аудиторию потребителей продукции СМИ | <p>ИПК-4.1. Знать маркетинговые технологии</p> <p>ИПК-4.2. Уметь выявлять факторы, определяющие потребительский спрос на продукцию СМИ, существенные</p> | <p>Осуществляли ли Вы самостоятельный поиск событий, явлений, фактов как основы материала</p> <p>Как Вы составляли график работы для соблюдения сроков задания</p> <p>Какие удалось выработать</p> | <p>Оценка представленной ВКР (оформление, композиция, качество)</p> <p>Защита ВКР</p> |

| | | | | |
|--|--|--|---|--|
| | | <p>характеристики целевой аудитории потребителей</p> <p>ИПК-4.3. Владеть навыками составления аналитических отчетов, проведения презентации результатов маркетингового исследования</p> | <p>предложения для разработки текущих и перспективных планов редакции</p> | |
| | | | <p>Раскройте, как именно в процессе подготовки ВКР Вам приходилось пользоваться современными информационно-коммуникационными технологиями связи; организовывать и проводить интервью; использовать современные технические средства для фотосъемки, видео-, аудиозаписи информации; использовать приемы коммуникации, выступать публично.</p> | <p>Оценка представленной ВКР (оформление, композиция, качество) Защита ВКР</p> |
| <p>Разработка концепции продвижения продукции СМИ, формирование коммуникационных целей и маркетинговых стратегий</p> | <p>ПК-5 Способен разрабатывать концепции продвижения продукции СМИ, формировать коммуникативные цели и маркетинговые стратегии</p> | <p>ИПК-5.1. Знать организацию системы сбыта и товародвижения, планирование оптовых и розничных продаж</p> <p>ИПК-5.2. Уметь разрабатывать концептуальные и стратегические документы в области маркетинга</p> | <p>Расскажите, как во время подготовки ВКР использовались: методы и способы формирования контактов, необходимых для создания материала; техника подготовки вопросов для интервью; проведение интервью, проведение опросов; выезд на места для освещения событий; фото-,</p> | <p>Оценка представленной ВКР (оформление, композиция, качество) Защита ВКР</p> |

| | | | | |
|--|--|--|---|--|
| | | <p>ИПК-5.3. Владеть навыками использования современных информационно-коммуникационных технологий, в том числе интернет-технологий и специализированных программных продуктов</p> | <p>видео-аудиодокументирование освещаемого события; освещение события в теле-, радиопрограммах, транслируемых в прямом эфире, в онлайн-трансляциях программ сетевых СМИ; организация работы съемочной группы. Какие методы проверки и оценки достоверности информации Вы использовали?</p> | |
| <p>Выбор маркетинговых технологий и инструментов для донесения до потребителя необходимой информации</p> | <p>ПК-6 Способен выбирать маркетинговые технологии и инструменты для донесения до потребителя необходимой информации</p> | <p>ИПК-6.1. Знать маркетинговые технологии и технологии бренд-менеджмента ИПК-6.2. Уметь использовать современные информационно-коммуникационные технологии, в том числе интернет-технологии и специализированные программные продукты ИПК-6.3. Владеть навыками разработки концептуальных и стратегических документов в области маркетинга</p> | <p>Какая использовалась методология исследования необходимой информации при написании ВКР? Какими современными методами сбора, обработки и анализа данных пользовались при подготовке ВКР? Какие принципы работы с источниками информации и методы ее сбора (интервью, наблюдения, работа с документами, использование интернет-ресурсов) использовались в процессе подготовки ВКР? Какие актуальные события в жизни общества и новые точки зрения на эти события использовались при подготовке ВКР? Какие задачи и методы, технология и техника создания публикаций, их содержательная и структурно-</p> | <p>Оценка представленной ВКР (оформление, композиция, качество) Защита ВКР</p> |

| | | | | |
|--|---|---|---|--|
| | | | <p>композиционная специфика были Вами выявлены в процессе подготовки ВКР?</p> <p>Какие принципы работы с источниками информации и методы ее сбора (интервью, наблюдения, работа с документами) Вы использовали?</p> <p>Какие специализированные знания в предметной области СМИ Вам были полезны в ходе создания ВКР?</p> <p>Как Вы осуществляли проверку актуальности и достоверности информации в ходе написания ВКР?</p> <p>Как Вы осуществляли анализ содержания полученных материалов?</p> | |
| <p>Разработка и обоснование проекта ценовой стратегии организации, включая предложение по ценам на продукцию СМИ</p> | <p>ПК-7 Способен разрабатывать и обосновывать проект ценовой стратегии организации, включая предложения по ценам на продукцию СМИ</p> | <p>ИПК-7.1. Знать технологии сегментирования рынка, позиционирования продуктов и компаний, оценки конкурентоспособности продуктов и конкурентов</p> <p>ИПК-7.2. Уметь осуществлять планирование мероприятий по продвижению продукции, планирование расходов на их проведение</p> <p>ИПК-7.3. Владеть средствами интегрирования различных</p> | <p>Как используются современные информационные технологии при проведении научных исследований и обработке полученных результатов?</p> <p>Как проанализированы и представлены законченные исследовательские разработки?</p> | <p>Оценка представленной ВКР (оформление, композиция, качество) Защита ВКР</p> |

| | | | | |
|--|---|--|---|---|
| | | средств продвижения в комплекс маркетинговых коммуникаций | | |
| Согласование маркетинговой стратегии с целями, задачами и стратегиями других подразделений и организации в целом | ПК-8 Способен согласовывать маркетинговую стратегию с целями, задачами и стратегиями других подразделений и организации в целом | ИПК-8.1. Знать корпоративные стандарты, регламенты и иные локальные нормативные акты, регламентирующие профессиональную деятельность ИПК-8.2. Уметь интегрировать различные средства продвижения в комплекс маркетинговых коммуникаций ИПК-8.3. Владеть инструментами осуществления планирования мероприятий по продвижению продукции, планирования расходов на их проведение | Как Вы осуществляли: анализ структуры и содержания материалов, ошибок и недочетов, которые необходимо исправить; проверку фактических данных; выбор методов редактирования материалов для наиболее полного раскрытия замысла; приведение материала в соответствие с требованиями, предъявляемыми к ВКР; работу над контекстом, орфографией и стилем текста ВКР. | Оценка представленной ВКР (оформление, композиция, качество) Защита ВКР |
| Поиск и отбор организаций, осуществляющих разработку и размещение рекламных материалов, необходимых для продвижения продукции СМИ, продвижение интернет-сайта продукции СМИ в поисковых системах | ПК-9 Способен осуществлять поиск и отбор организаций, осуществляющих разработку и размещение рекламных материалов, необходимых для продвижения продукции СМИ, продвижение интернет-сайта продукции СМИ в поисковых системах | ИПК-9.1. Знать корпоративные стандарты, регламенты и иные локальные нормативные акты, регулирующие профессиональную деятельность ИПК-9.2. Уметь использовать современные информационно-коммуникационные технологии, в том числе | Как используются современные информационные технологии при проведении научных исследований и обработке полученных результатов? Как проанализированы и представлены законченные исследовательские разработки? | Оценка представленной ВКР (оформление, композиция, качество) Защита ВКР |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| <p>ижения продукции СМИ, продвиже ние интернет- сайта продукции СМИ в поиско вых системах</p> | | <p>интернет- технологии ИПК-9.3. Владеть навыками ведения деловых переговоров, установки деловых отношений с партнерами (клиентами)</p> | | |
| <p>Организа ция представл ения продвигае мой продукции СМИ на публичны х мероприят иях</p> | <p>ПК-10 Способен организовывать представление продвигаемой продукции СМИ на публичных мероприятиях</p> | <p>ИПК-10.1. Знать основные принципы организации рекламной кампании ИПК-10.2. Уметь выступать на публичных мероприятиях с докладами и презентациями ИПК-10.3. Владеть средствами составления договоров гражданско- правового характера, оформления необходимо учетной и отчетной документации</p> | <p>Какая использовалась методология исследования необходимой информации при написании ВКР? Какими современными методами сбора, обработки и анализа данных пользовались при подготовке ВКР? Какие принципы работы с источниками информации и методы ее сбора (интервью, наблюдения, работа с документами, использование интернет- ресурсов) использовал ись в процессе подготовки ВКР? Какие актуальные события в жизни общества и новые точки зрения на эти события использовались при подготовке ВКР? Какие задачи и методы, технология и техника создания публикаций, их содержательная и структурно- композиционная специфика были Вами выявлены в процессе подготовки ВКР? Какие принципы</p> | <p>Оценка представл енной ВКР (оформле ние, композиц ия, качество) Защита ВКР</p> |

| | | | | |
|---|--|---|---|---|
| | | | работы с источниками информации и методы ее сбора (интервью, наблюдения, работа с документами) Вы использовали? | |
| Организация проектов, направленных на повышение узнаваемости продукции СМИ, включая благотворительные мероприятия | ПК-11 Способен организовывать проекты, направленные на повышение узнаваемости продукции СМИ, включая благотворительные мероприятия | <p>ИПК-11.1. Знать принципы построения и оценки обратной связи с потребителями продукции СМИ</p> <p>ИПК-11.2. Уметь находить и анализировать необходимую информацию, применять количественные и качественные методы анализа</p> <p>ИПК-11.3. Владеть инструментами анализа результатов продвижения продукции СМИ на основе полученных данных</p> | Как Вы осуществляли: анализ структуры и содержания материалов, ошибок и недочетов, которые необходимо исправить; проверку фактических данных; выбор методов редактирования материалов для наиболее полного раскрытия замысла; приведение материала в соответствие с требованиями, предъявляемыми к ВКР; работу над контекстом, орфографией и стилем текста ВКР. | Оценка представленной ВКР (оформление, композиция, качество) Защита ВКР |
| Разработка системы показателей для оценки эффективности мероприятий по продвижению продукции СМИ | ПК-12 Способен разрабатывать системы показателей для оценки эффективности мероприятий по продвижению продукции СМИ | <p>ИПК-12.1. Знать принципы построения и оценки обратной связи с потребителями продукции СМИ</p> <p>ИПК-12.2. Уметь формулировать наблюдаемые, измеримые и достоверные показатели, характеризующие продвижение продукции СМИ</p> <p>ИПК-12.3. Владеть навыками использования</p> | Какие специализированные знания в предметной области СМИ Вам были полезны в ходе создания ВКР? Как Вы осуществляли проверку актуальности и достоверности информации в ходе написания ВКР? Как Вы осуществляли анализ содержания полученных материалов? | Оценка представленной ВКР (оформление, композиция, качество) Защита ВКР |

| | | | | |
|--|--|--|--|---|
| | | современных информационно-коммуникационных технологий, в том числе интернет-технологий и специализированных программных продуктов | | |
| Разработка предложений по корректировке стратегий и программ продвижения продукции СМИ | ПК-13 Способен разрабатывать предложения по корректировке стратегий и программ продвижения продукции СМИ | ИПК-13.1. Знать корпоративные стандарты, регламенты и иные локальные нормативные акты, регулирующие профессиональную деятельность ИПК-13.2. Уметь анализировать результаты продвижения продукции СМИ на основе полученных данных ИПК-13.3. Владеть навыками поиска и анализа необходимой информации, применения количественных и качественных методов анализа | Какие специализированные знания в предметной области СМИ Вам были полезны в ходе создания ВКР? Как Вы осуществляли проверку актуальности и достоверности информации в ходе написания ВКР? Как Вы осуществляли анализ содержания полученных материалов? | Оценка представленной ВКР (оформление, композиция, качество) Защита ВКР |
| Формулирование в рамках поставленной цели проекта совокупность взаимосвязанных задач, | ПК-14 Способен формулировать в рамках поставленной цели проекта совокупность взаимосвязанных задач, обеспечивающих её достижение | ИПК-14.1. Знать виды проектной документации и их структуру, принципы формирования проектной документации ИПК-14.2. Уметь формулировать цели и задачи | Какие документы Вы использовали при подготовке ВКР? Как Вы определяли релевантность этих документов в контексте темы ВКР? Как они изменили Ваши представления о теме ВКР? | Оценка представленной ВКР (оформление, композиция, качество) Защита ВКР |

| | | | | |
|-------------------------------------|--|---|--|--|
| <p>обеспечивающих её достижение</p> | | <p>проекта, прогнозировать результаты и риски проекта, планировать ресурсы проекта и составлять план-график ИПК-14.3. Владеть навыками использования полученных знаний для разработки проектной документации</p> | | |
|-------------------------------------|--|---|--|--|

РАЗДЕЛ 7. ПРИМЕРНАЯ ТЕМАТИКА ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЫ²

1. Формирование рекламных стратегий в условиях новых коммуникативных практик(на примере конкретного субъекта)
2. Управление интегрированной коммуникационной кампанией предприятия (на примере конкретного субъекта)
3. Планирование рекламных мероприятий организаций(на примере конкретного субъекта)
4. Стратегическое планирование рекламных кампаний бизнеса в Интернете (на примере конкретного субъекта)
5. Особенности интерактивной рекламы организаций(на примере конкретного субъекта)
6. Разработка ВТЛ-кампаний организаций различных отраслей и сфер деятельности (на примере конкретного субъекта)
7. Формирование систем делопроизводства для рекламных кампаний организаций различных отраслей и сфер деятельности (на примере конкретного субъекта)
8. Формирование стратегии разработки нестандартных рекламных коммуникаций для предприятий различных отраслей и сфер бизнеса (на примере конкретного субъекта)
9. Разработка и реализация рекламных стратегий для предприятий сферы B2B (на примере конкретного субъекта)
10. Разработка PR-кампании для коммерческой/некоммерческой организации(на примере конкретного субъекта)
11. Оценка эффективности информационного сопровождения социально-экономических реформ (или конкретной реформы)
12. Организация специального мероприятия в рамках PR-кампании предприятия(на примере конкретного субъекта)
13. Разработка информационной политики компании в условиях кризиса(на примере конкретного субъекта)
14. Разработка кампании в сфере инвестиционного PR(на примере конкретного субъекта)
15. Разработка программы повышения эффективности деятельности компании в

² Студент, по согласованию с научным руководителем, может выбрать иную тематику ВКР

сфере медиа-релейшнз(на примере конкретного субъекта)

16. Разработка программы рекламирования компании на рынке коммуникационных услуг(на примере конкретного субъекта)

17. Оценка эффективности социальной рекламной кампании(на примере конкретного субъекта)

18. Разработка кампании в сфере политического PR(на примере конкретного субъекта)

19. Разработка PR-кампании в сфере внутрикорпоративных коммуникаций(на примере конкретного субъекта)

20. Разработка программы эффективного использования технологий креативного PR для компании (на примере конкретного субъекта)

21. Разработка креативной стратегии для ИМК компании (на примере конкретного субъекта)

22. Модель управления креативным процессом в рекламном агентстве (на примере конкретного субъекта)

23. Разработка PR-программы для организации (на примере конкретного субъекта)

24. Разработка программы повышения эффективности контента ИК-кампании(на примере конкретного субъекта)

25. Разработка PR кампании для образовательного учреждения (на примере конкретного субъекта)

26. Программа использования креативных технологий в деятельности рекламных и PR-структур (на примере конкретного субъекта)

27. Повышение эффективности PR-процессов в издательском бизнесе (на примере конкретного субъекта)

28. Построение системы внутрикорпоративных коммуникаций в международной компании (на примере конкретного субъекта)

29. Организация взаимодействий различных сфер бизнеса со СМИ (на примере конкретного субъекта)

30. PR-поддержка организации выставочных мероприятий (на примере конкретного субъекта)

31. Построение имиджа отечественного производителя на международном уровне (на примере конкретного субъекта)

32. Формирование имиджа руководителя компании (на примере конкретного субъекта)

33. Повышение эффективности использования инструментов событийных PR-технологий (на примере конкретного субъекта)

34. Разработка и оптимизация структуры рекламного бюджета фирмы (на примере конкретного субъекта)

35. Управление выставочной деятельностью компании (на примере конкретного субъекта)

36. Разработка рекламной кампании с использованием Интернет-технологий (на примере конкретного субъекта)

37. Управление потребительской мотивацией/поведением с помощью художественно-выразительных средств в рекламной коммуникации (на примере конкретного субъекта)

38. Повышение эффективности рекламной кампании с помощью digitalкоммуникаций (на примере конкретного субъекта)

39. Разработка художественных решений (макеты, композиции, изображения, типографики) рекламы.

40. PR коммуникационных проектов в коммерческом секторе (на примере конкретного субъекта)

41. Влияние рекламных коммуникаций на поведение потребителей в условиях экономического кризиса (на примере конкретного субъекта)

42. Совершенствование сайта как коммуникационного ресурса компании в сети Интернет (на примере конкретного субъекта)
43. Адаптация транснационального рекламного продукта на национальном рынке (на примере конкретного субъекта)
44. Разработка программы интегрированных коммуникаций для предприятия с использованием социальных сетей (на примере конкретного субъекта)
45. Разработка и реализация программы продвижения исполнителя в российском музыкальном шоу-бизнесе (на примере конкретного субъекта)
46. Адаптация корпоративной культуры зарубежной компании в деятельности ее российского представителя (на примере конкретного субъекта)
47. Формирование репутации компании на основе PR-коммуникации (на примере конкретного субъекта)
48. Разработка коммуникационного сопровождения деятельности компании на рынке Москвы (на примере конкретного субъекта)
49. Разработка программы продвижения предприятия сферы услуг на столичном рынке (на примере конкретного субъекта)
50. Разработка рекламной кампании фирмы (на примере конкретного субъекта)
51. Разработка программы лояльности для клиентов компании B2B-рынка (на примере конкретного субъекта)
52. Перспективы использования нативной (естественной) рекламы в современном медиaprостранстве (на примере конкретного субъекта)
53. Разработка креативной стратегии для визуализации рекламной кампании (на примере конкретного субъекта)
54. Разработка креативной стратегии рекламной кампании с использованием интернет-технологий (на примере конкретного субъекта)
55. Организация и анализ форм рекламной деятельности предприятия посредством видеоблогинга в Интернет на примере YouTube (на примере конкретного субъекта)
56. Разработка программы продвижения товаров с использованием интернет-технологий (на примере конкретного субъекта)
57. Разработка стратегии рекламной деятельности организации с использованием современных технологий продвижения в социальных медиа (на примере конкретного субъекта)
58. Выведение и продвижение иностранной лицензионной продукции на российский рынок (на примере конкретного субъекта)
59. Разработка программ совершенствования имиджа коммерческого предприятия (на примере конкретного субъекта)
60. Интеграция ATL- и BTL- коммуникаций предприятия (на примере конкретного субъекта)
61. Повышение эффективности работы отдела рекламы и связей с общественностью в условиях экономического спада (на примере конкретного субъекта)
62. Укрепление имиджа организации средствами PR (на примере конкретного субъекта)
63. Формирование устойчивого позитивного общественного мнения и имиджа организации (на примере конкретного субъекта)
64. Формирование устойчивого позитивного образа политического лидера/законодательного собрания/исполнительного органа/государственной структуры (на примере конкретного субъекта)
65. Разработка рекламной кампании при выводе товара/услуги на рынок B2B (на примере конкретного субъекта)
66. Разработка и реализация рекламной кампании на рынке конечных потребителей (на примере конкретного субъекта)

67. Разработка программы повышения эффективности коммуникационной активности производственного предприятия (рынок B2B) (на примере конкретного субъекта)
68. Разработка программы продвижения предприятия с использованием конвергенции коммуникаций (на примере конкретного субъекта)
69. Разработка интегрированной стратегии продвижения и реализация рекламной кампании с использованием принципов ИМК (на примере конкретного субъекта)
70. Разработка стратегии рекламной деятельности предприятия (на примере конкретного субъекта)
71. Организация рекламной деятельности предприятия и ее эффективность (на примере конкретного субъекта)
72. Связи с общественностью в органах государственной власти: способы взаимодействия с целевой аудиторией (на примере конкретного субъекта)
73. Разработка стратегии рекламной деятельности предприятия с использованием новых медиа (на примере конкретного субъекта)
74. Интернет-технологии в политической коммуникации России (на примере конкретного субъекта)
75. Совершенствование рекламной деятельности предприятия при использовании Интернет-технологий (на примере конкретного субъекта)
76. Социальные медиа как механизм построения коммуникации в современном обществе (на примере конкретного субъекта)
77. Построение коммуникации с потребителем посредством социальных медиа (на примере конкретного субъекта)
78. Организация PR-кампаний в органах государственной власти (на примере конкретного субъекта)
79. Организация PR-кампаний в коммерческом секторе (на примере конкретного субъекта)
80. Организация PR-кампаний НКО (на примере конкретного субъекта)
81. Разработка и реализация социальных PR-проектов (на примере конкретного субъекта)
82. Проблемы, методы и принципы оценки эффективности рекламной кампании/деятельности (на примере конкретного субъекта)
83. Повышение эффективности PR-деятельности компании (на примере конкретного субъекта)
84. Управление эффективностью рекламной деятельности на предприятиях розничной торговли (на примере конкретного субъекта)
85. Оценка коммуникативной эффективности интегрированных маркетинговых коммуникаций (на примере конкретного субъекта)
86. Разработка плана коммуникационной кампании в сети Интернет (на примере конкретного субъекта)
87. Разработка программы продвижения кандидата в депутаты от политической партии (на примере конкретного субъекта)
88. Разработка плана PR-мероприятий по выводу предприятия на российский рынок (на примере конкретного субъекта)
89. Разработка рекомендаций по созданию службы PR и повышению ее эффективности на предприятии (на примере конкретного субъекта)
90. Разработка плана PR-мероприятий по повышению имиджа (на примере конкретного субъекта)
91. Разработка комплекса интегрированных коммуникаций (на примере конкретного субъекта)
92. Особенности рекламы товаров и услуг для молодежной аудитории (на примере конкретного субъекта)

93. Развитие коммуникативной политики (на примере конкретного субъекта)
94. Разработка мультимедийного контента в Интернет-маркетинге (на примере конкретного субъекта)
95. Повышение эффективности использования инструментов Интернет-рекламы (на примере конкретного субъекта)
96. Коммуникация компании в пространстве современного права (на примере конкретного субъекта)
97. Средства индивидуализации участников хозяйственной деятельности и их правовое регулирование (на примере конкретного субъекта)
98. Создание правомерного рекламного продукта (очистка рекламного продукта от прав) (на примере конкретного субъекта)
99. Производство рекламного продукта (на примере конкретного субъекта)
100. Применение различных видов товарных знаков в рекламе (слоганов, словесных, графических, звуковых, обонятельных, световых, объемных, комбинированных – на примере конкретного субъекта)
101. Моделирование поведения потребителей в системе рекламных коммуникаций (на примере конкретного субъекта)
102. Разработка рекламы на основе суггестивных технологий воздействия на потребителя (на примере конкретного субъекта)
103. Разработка рекламы на основе маркетинговых технологий воздействия на потребителя (на примере конкретного субъекта)
104. Формирование потребительских предпочтений средствами рекламы (на примере конкретного субъекта)
105. Формирование имиджа компании средствами рекламы (на примере конкретного субъекта)
106. Анализ потребительских мотивов и его использование в рекламе (на примере конкретного субъекта)
107. Разработка рекламной коммуникации на основе учета кросс-культурных факторов (на примере конкретного субъекта)
108. Разработка рекламного продукта на основе учета модных тенденций (на примере конкретного субъекта)
109. Аудит рекламных коммуникаций компании с целевыми аудиториями (на примере конкретного субъекта)
110. Совершенствование PR-стратегии телекоммуникационной компании (на примере конкретного субъекта)
111. Формирование позитивного имиджа радиокomпании (на примере конкретного субъекта)
112. Разработка программы PR-сопровождения специальных спортивных мероприятий ((на примере конкретного субъекта))
113. Организация PR-отдела в издательском бизнесе (на примере конкретного субъекта)
114. Разработка PR-кампании на рынке консалтинговых услуг (образовательных, туристических услуг, ресторанного бизнеса, и т.д. - на примере конкретного субъекта)
115. Разработка коммуникационной стратегии на выборах в органы местного самоуправления (на примере конкретного субъекта)
116. Совершенствование коммуникационной стратегии кандидата в Президенты РФ в условиях избирательной кампании (на примере конкретного субъекта)
117. Разработка коммуникационной стратегии партии на парламентских выборах (на примере конкретного субъекта)
118. Совершенствование коммуникационной кампании в период между выборами (на примере конкретного субъекта)

119. Разработка PR-кампании по формированию положительного имиджа Федерального органа исполнительной власти (на примере конкретного субъекта)
120. Разработка рекламного сообщения на основе национально-культурной специфики (на примере конкретного субъекта)
121. Формирование устойчивого позитивного образа политической власти (на примере конкретного субъекта)
122. Разработка политической коммуникации на основе социокультурных и этнокультурных стереотипов (на примере конкретного субъекта)
123. Анализ потребительских мотивов и его использование в рекламе (на примере конкретного субъекта)
124. Формирование положительной репутации коммерческой организации на основе социальной ответственности (на примере конкретного субъекта)
125. Использование СМИ (телевидение, радио, газеты, журналы) для коммуникативного взаимодействия (на примере конкретного субъекта)
126. Формирование внутренних коммуникаций в организации на основе позиции лидера мнения (на примере конкретного субъекта)
127. Разработка рекламы для потребителей на основе учета ценностных факторов воздействия (на примере конкретного субъекта)
128. Формирование ценностных предпочтений потребителей средствами рекламы (на примере конкретного субъекта)
129. Формирование имиджа компании средствами рекламы (на примере конкретного субъекта)
130. Разработка рекламной коммуникации на основе учета социокультурных аспектов (на примере конкретного субъекта)
131. Формирования современного рекламного продукта на основе понимания основных положений искусства (на примере конкретного субъекта)
132. Разработка рекламного продукта на основе учета этнокультурных особенностей восприятия (на примере конкретного субъекта)
133. Разработка рекламы на основе суггестивных технологий воздействия на потребителя (на примере конкретного субъекта)
134. Оценка условий адаптации/стандартизации международной рекламы на российском рынке (на примере конкретного субъекта)
135. Разработка рекламы товаров и услуг на основе учета гендерного признака (на примере конкретного субъекта)
136. Организация рекламных кампаний в условиях финансово-экономического кризиса (на примере конкретного субъекта)
137. Использование краудсорсинга для разработки креативных решений рекламных кампаний (на примере конкретного субъекта)
138. Использование вирусных технологий в современных рекламных кампаниях (на примере конкретного субъекта)
139. Разработка стратегии продвижения товаров класса люкс на российском рынке (на примере конкретного субъекта)
140. Оценка эффективности рекламы в конкретной отрасли/сфере в интернете (на примере конкретного субъекта)
141. Оценка эффективности разработки спонсорских программ (на примере конкретного субъекта)
142. Построение интегрированных коммуникаций с целевыми аудиториями на основе социальных медиа (на примере конкретного субъекта)
143. Построение интегрированных коммуникаций с целевыми аудиториями на основе Интернет (на примере конкретного субъекта)
144. Вовлечение потребителей на основе коммуникационных средств online и offline (на примере конкретного субъекта)

145. Эмоциональное воздействие на потребителей в рекламе и PR (на примере конкретного субъекта)
146. Формирование мультисенсорных коммуникаций в местах продаж (на примере конкретного субъекта)
147. Формирование корректирующих коммуникаций для проектирования потребительских решений (на примере конкретного субъекта)
148. Разработка GR-стратегии компании (организации) (на примере конкретного проекта или субъекта)
149. Разработка событийной коммуникации в рамках обеспечения социальной ответственности бизнеса (на примере конкретного субъекта или социального события)
150. Продактплейсмент как актуальный инструмент интегрированных коммуникаций (на примере конкретного субъекта)
151. Специфика коммерческого размещения продукта в различных видах медиаконтента (на примере конкретного субъекта)

РАЗДЕЛ 8. НАУЧНЫЙ РУКОВОДИТЕЛЬ И ЕГО ОБЯЗАННОСТИ

Назначение научного руководителя осуществляется распоряжением декана факультета по результатам рассмотрения заявления обучающегося об утверждении темы выпускной квалификационной работы магистра. При назначении научного руководителя учитываются пожелания обучающегося, предполагаемая проблематика работы, научная специализация и согласие преподавателя.

Заведующий выпускающей кафедры имеет право назначить научного руководителя по своему усмотрению в следующих случаях:

- на заявлении обучающегося не указана фамилия предполагаемого научного руководителя;
- на заявлении не стоит подпись преподавателя о его согласии на руководство данной работой;
- на данного преподавателя приходится более 10 выпускных работ;
- избранная обучающимся тема не соответствует специализации заявленного преподавателя.

В обязанности научного руководителя входит:

- помощь в формулировании темы ВКР и разработке плана работы;
- проведение систематических консультаций с обучающимся по проблематике работы;
- консультирование обучающегося по подбору источников литературы и фактического материала;
- контроль над ходом выполнения ВКР в соответствии с утвержденным планом, а также информирование обучающегося в случае, если качество выполняемой работы, а также несоблюдение установленных сроков подготовки могут привести к недопуску ВКР к аттестации;
- соблюдение согласованных с обучающимся сроков проведения консультаций и предоставления комментариев и замечаний по переданным обучающимся в письменном виде главам или промежуточным вариантам ВКР;
- контроль качества допускаемой к аттестации ВКР, в том числе утверждение окончательного варианта работы перед его официальной сдачей обучающимся для предзащиты на выпускающей кафедре;
- в случае обращения обучающегося – предоставление консультации по подготовке к устной защите ВКР, в том числе предоставление замечаний и комментариев по презентационным материалам, предназначенным для демонстрации во время устного доклада;

— предоставление письменного отзыва на ВКР не позднее, чем за 3 дня до назначенной даты предзащиты;

Научный руководитель имеет право:

— выбрать удобную для него и обучающегося форму организации взаимодействия, в том числе согласовать разработанный обучающимся план подготовки ВКР и установить периодичность личных встреч или иных контактов;

— требовать, чтобы обучающийся внимательно относился к полученным рекомендациям и являлся на встречи подготовленным;

— отказаться от научного руководства в случае невозможности контроля над качеством работы и ходом ее выполнения по вине обучающегося, в том числе, если обучающийся не проявляет инициативу и не встречается с научным руководителем или систематически срывает сроки и некачественно выполняет согласованные с научным руководителем задачи. В этом случае научный руководитель должен незамедлительно подать соответствующее заявление в свободной форме в деканат факультета, который, в свою очередь, должен официально поставить об этом обучающегося в известность;

— при подготовке отзыва на ВКР принять во внимание соблюдение обучающимся сроков выполнения работы, а также качество и своевременность выполнения рекомендаций научного руководителя;

— не допустить ВКР к государственной итоговой аттестации, если к сдаче представлена работа неудовлетворительного качества, в том числе содержащая существенные содержательные или методологические ошибки, грубо нарушающая требования профессиональной этики.

Научный руководитель проверяет окончательный вариант выпускной квалификационной работы, подтверждая это личной подписью на титульном листе, а также пишет официальный отзыв.

Заканчивается письменный отзыв руководителя формулировкой о рекомендации ВКР к защите, но без предложения конкретной оценки.

РАЗДЕЛ 9. ЗАЩИТА ВКР

Защита ВКР производится на открытом заседании государственной экзаменационной комиссии по установленному графику в соответствии с расписанием.

В выступлении продолжительностью до 10 минут излагаются основные результаты самостоятельно выполненной работы, основные выводы и предложения (следует кратко обосновать актуальность темы исследования, доложить о полученных результатах и конкретных рекомендациях, обратив особое внимание на собственные выводы и предложения по решению проблем в рамках избранной темы). Необходимо подготовить выступление так, чтобы излагать его содержание свободно, не читая письменного текста.

Для защиты, кроме выступления (доклада), готовятся иллюстративные материалы\ презентация, сопровождающие выступление и отражающие основные результаты работы обучающегося по исследуемой проблеме. Целесообразно использование следующих форм представления иллюстративного материала:

1. До 10 листов формата А4 в качестве иллюстративного материала. На титульном листе иллюстративных материалов указываются название темы ВКР, ФИО докладчика и научного руководителя. Листы должны быть пронумерованы и скреплены.

2. До 10 слайдов для демонстрации с помощью мультимедийного проектора.

Процедура защиты Защита ВКР происходит на открытом заседании Государственной экзаменационной комиссии (ГЭК). Ход защиты оформляется протоколом, который подписывает Председатель ГЭК.

Защита ВКР включает в себя: устный доклад обучающегося, ответы на вопросы членов ГЭК и заключительное слово обучающегося, содержащее ответ на замечания и пожелания, высказанные в отзыве научного руководителя.

Председатель государственной экзаменационной комиссии объявляет о начале очередной защиты. Секретарь комиссии называет ФИО обучающегося и тему ВКР. Слово предоставляется автору ВКР для выступления.

После окончания выступления члены комиссии, а также лица, присутствующие на защите, задают вопросы по теме ВКР, на которые он должен дать обстоятельные ответы. Если вопрос выходит за рамки темы ВКР и вызывает затруднения с ответом, то обучающемуся следует об этом заявить, подчеркнув необходимость дальнейших (специальных) исследований в данной области.

Затем предоставляется слово научному руководителю и рецензенту. В случае их отсутствия секретарь комиссии зачитывает подготовленные ими материалы – отзыв и рецензию.

В обсуждении ВКР могут принимать участие все присутствующие на защите.

Докладчик отвечает на замечания руководителя, рецензента, вопросы.

Общая оценка ВКР и ее защиты производится на закрытом заседании комиссии с учетом актуальности темы, научной новизны, теоретической и практической значимости результатов работы, оценки рецензента, отзыва руководителя, общего характера выступления, полноты и правильности его ответов на заданные вопросы. Члены ГЭК принимают решение о соответствии ВКР требованиям, предъявляемым к ВКР, установленным характеристиками и компетентностно-ориентированным учебным планом соответствующей программы. Оценка научного руководителя учитывается, но не является определяющей. После подведения итогов сообщаются оценки.

Электронная версия ВКР размещается в электронной образовательной среде вуза в т.ч. в электронном портфолио обучающегося.

9.1. Критерии оценки и шкала оценивания защиты выпускной квалификационной работы

К основным критериям оценки ВКР относятся:

— актуальность темы исследования, ясность и грамотность сформулированной темы и задач исследования, соответствие им содержания работы;

— наличие критического анализа актуальной литературы и использование рассмотренных подходов и концепций при формулировании цели, задач и вопросов исследования;

— умение и навыки работы с информацией, обоснованность и качество применения количественных и качественных методов исследования, а также наличие первичных данных, собранных или сформированных автором в соответствии с поставленными целью и задачами исследования;

— глубина проработки рекомендаций, сделанных исходя из полученных результатов, их связь с теоретическими положениями, рассмотренными в теоретической части работы (обзоре литературы), соответствие рекомендаций цели и задачам работы;

— практическая значимость работы, в том числе связь полученных результатов и рекомендаций с практикой;

— логичность и структурированность изложения материала, включая соотношение между частями работы, между теоретическими и практическими аспектами исследования.

Кроме того, отдельно оцениваются оформление ВКР и соблюдение установленных требований, аккуратность оформления, корректность использования источников информации, в том числе соблюдение правил составления списка литературы, соблюдение правил профессиональной этики.

В ходе защиты членами ГЭК также оцениваются умение обучающегося вести научную дискуссию, его общий уровень культуры общения с аудиторией во время защиты и качество подготовленной презентации.

Результаты защиты ВКР определяются оценками «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

Таблица 9.1.

Шкала оценивания государственной итоговой аттестации (защита ВКР)

| Оценка | Критерии оценки |
|---------------------|---|
| «отлично» | <p>1. Работа выполнена с соблюдением всех требований предъявляемых к оформлению ВКР;</p> <p>2. При подготовке работы были использованы актуальные, современные материалы ВКР по данной проблематике, последние достижения науки и практики в соответствующей области, эмпирические материалы, собранные в ходе практики;</p> <p>3. Работа носит исследовательский характер с самостоятельными выводами и рекомендациями;</p> <p>4. Доклад обучающегося содержит актуальность темы работы, характеризует степень разработанности проблематики, раскрывает цели и задачи исследования, описывает основные этапы работы над ВКР, содержит обоснование выводов и рекомендации по совершенствованию предмета исследования;</p> <p>5. Ответы на вопросы исчерпывающие, свидетельствующие об отличной теоретической и практической подготовке, подтверждающие самостоятельный характер исследования.</p> |
| «хорошо» | <p>1. Работа выполнена с соблюдением всех требований предъявляемых к оформлению ВКР;</p> <p>2. Работа носит исследовательский характер с самостоятельными выводами по существу исследуемой проблематики;</p> <p>3. Доклад содержит актуальность темы работы, характеризует степень разработанности проблематики, раскрывает цели и задачи исследования, описывает основные этапы работы над ВКР, содержит обоснование выводов;</p> <p>4. Ответы на вопросы полные, свидетельствующие о хорошей теоретической подготовке и самостоятельном характере исследования.</p> |
| «удовлетворительно» | <p>1. Работа выполнена с соблюдением всех требований предъявляемых к оформлению ВКР;</p> <p>2. Работа носит описательный характер, содержит мало самостоятельных</p> |

| | |
|-------------------------------------|---|
| | <p>выводов и рекомендаций по существу исследуемой проблематики;</p> <p>3. Доклад, в основном, повторяет введение к ВКР;</p> <p>4. Ответы на вопросы не полные, свидетельствующие о слабой теоретической подготовке.</p> |
| <p><i>«неудовлетворительно»</i></p> | <p>1. Работа выполнена с грубыми нарушениями требований предъявляемых к оформлению ВКР;</p> <p>2. Работа носит характер простых компиляций, без самостоятельных выводов, по большей части основана на устаревшем материале, не отвечает требованиям актуальности и новизны, либо установлен полный плагиат;</p> <p>3. Доклад не подготовлен;</p> <p>4. Ответы на вопросы по содержанию ВКР не даны, обучающийся не ориентируется в исследуемой проблематике и в тексте своей ВКР.</p> |

РАЗДЕЛ 10. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

Нормативно-правовые акты

ГОСТ 7.1-2003 «Система стандартов по информации, библиотечному и издательскому делу. Библиографическая запись. Библиографическое описание. Общие требования и правила составления».

ГОСТ 7.0.5-2008 «Система стандартов по информации, библиотечному и издательскому делу. Библиографическая ссылка. Общие требования и правила составления».

Основная литература³

Артамонов Д.С. История рекламы и PR [Электронный ресурс]: учебное пособие для студентов, обучающихся по направлению «Реклама и связи с общественностью»/ Артамонов Д.С.— Электрон.текстовые данные.— Саратов: Издательство Саратовского университета, 2019.— 80 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/99033.html>.

Чилингир Е.Ю. Реклама и связи с общественностью: введение в профессию [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Чилингир Е.Ю.— Электрон.текстовые данные.— Москва: Ай Пи Ар Медиа, 2020.— 240 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/95336.html>.

Дополнительная литература

Гринь С.Н. Связи с общественностью [Электронный ресурс]: методическое пособие (курс лекций)/ Гринь С.Н.— Электрон.текстовые данные.— Симферополь: Университет экономики и управления, 2018. — 183 с. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/86416.html>.

Милюкова А.Г. Теория и практика связей с общественностью и рекламы. Антикризисный PR. Методические материалы и кейсы [Электронный ресурс]: практикум/ Милюкова А.Г.— Электрон.текстовые данные.— Саратов: Вузовское образование, 2020.— 127 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/96768.html>.

Хамаганова К.В. Теория и практика связей с общественностью [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Хамаганова К.В.— Электрон.текстовые данные.— Санкт-Петербург: Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна, 2018.— 186 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/102682.html>.

Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине

Интернет-ресурсы, современные профессиональные базы данных, информационно-справочные и поисковые системы

ЭБС IPRsmart <http://www.iprbookshop.ru>

³ Из ЭБС университета

УМО по классическому университетскому образованию России

<http://www.umo.msu.ru>

Министерство образования и науки Российской Федерации <http://mon.gov.ru>

Правотека.ру. – Б.г. – Доступ к данным: открытый. – Режим доступа :

<http://www.pravoteka.ru/>

Российская национальная библиотека. – Б.г. – Доступ к данным: Открытый. – Режим доступа : <http://www.nlr.ru/>

Электронная библиотека Gaudeamus : бесплатные полнотекстовые pdf-учебники студентам. – Б.г. – Доступ к данным: открытый. – Режим доступа :

<http://www.gaudeamus.omskcity.com/>

Электронная образовательная библиотека IQlib. – Б.г. – Доступ к данным: открытый. – Режим доступа : <http://www.iqlib.ru/>

Комплект лицензионного программного обеспечения

Microsoft Open Value Subscription для решений Education Solutions № Tr000544893 от 21.10.2020 г. MDE Windows, Microsoft Office и Office Web Apps. (срок действия до 01.11.2023 г.)

Антивирусное программное обеспечение ESET NOD32 Antivirus Business Edition договор № ИС00-006348 от 14.10.2022 г. (срок действия до 13.10.2025 г.)

Программное обеспечение «Мираполис» система вебинаров - Лицензионный договор 244/09/16-к от 15.09.2016 (Спецификация к Лицензионному договору 244/09/16-к от 15.09.2016, от 11.05.2022 г.) (срок действия до 10.07.2023 г.)

Электронная информационно-образовательная среда «1С: Университет» договор от 10.09.2018 г. №ПРКТ-18281 (бессрочно)

Информационная система «ПервыйБит» сублицензионный договор от 06.11.2015 г. №009/061115/003 (бессрочно)

Система тестирования Indigo лицензионное соглашение (Договор) от 08.11.2018 г. №Д-54792 (бессрочно)

Информационно-поисковая система «Консультант Плюс» - договор об информационно поддержке от 26.12.2014, (бессрочно)

Электронно-библиотечная система IPRsmart лицензионный договор от 01.09.2022 г. №9489/22С (срок действия до 31.08.2024 г.)

Научная электронная библиотека eLIBRARY лицензионный договор SCIENC INDEX № SIO -3079/2022 от 12.01.2022 г. (срок действия до 27.01.2024 г.)

Свободно распространяемое программное обеспечение

Комплект онлайн сервисов GNU ImageManipulationProgram, свободно распространяемое программное обеспечение

Программное обеспечение отечественного производства:

Программное обеспечение «Мираполис» система вебинаров - Лицензионный договор 244/09/16-к от 15.09.2016 (Спецификация к Лицензионному договору 244/09/16-к от 15.09.2016, от 11.05.2022 г.) (срок действия до 10.07.2023 г.)

Электронная информационно-образовательная среда «1С: Университет» договор от 10.09.2018 г. №ПРКТ-18281 (бессрочно)

Информационная система «ПервыйБит» сублицензионный договор от 06.11.2015 г. №009/061115/003 (бессрочно)

Система тестирования Indigo лицензионное соглашение (Договор) от 08.11.2018 г. №Д-54792 (бессрочно)

Информационно-поисковая система «Консультант Плюс» - договор об информационно поддержке от 26.12.2014, (бессрочно)

Электронно-библиотечная система IPRsmart лицензионный договор от 01.09.2022 г. №9489/22С (срок действия до 31.08.2024 г.)

Научная электронная библиотека eLIBRARY лицензионный договор SCIENC INDEX № SIO -3079/2022 от 12.01.2022 г. (срок действия до 27.01.2024 г.)

РАЗДЕЛ 11. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

| | |
|--|---|
| Учебная аудитории для проведения учебных занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, оснащенные оборудованием и техническими средствами обучения | Комплект специальной учебной мебели. Доска аудиторная маркерная. Мультимедийное оборудование: компьютер, проектор, экран |
| Помещение для самостоятельной работы | компьютерная техника с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду университета принтер Комплект специальной учебной мебели |

Приложение 1. Заявление об избрании темы ВКР и назначении научного руководителя

Декану _____ факультета
ИМПЭ им. А. С. Грибоедова

от студента(ки) _____ курса
направления
подготовки\специальности _____
Направленность/профиль\специализация

_____ формы обучения

_____ ФИО

ЗАЯВЛЕНИЕ

Прошу утвердить мне тему выпускной квалификационной работы

_____ тема

и назначить научным руководителем _____

_____ ФИО

« _____ » _____ 20__ г.

_____ /подпись/

Согласовано: _____ / _____ /
Ученая степень, звание, научный руководитель

_____ / _____ /
Ученая степень, звание, заведующий кафедрой

_____ / _____ /
Ученая степень, звание, руководитель магистерской программы⁴

_____ ⁴ Для магистерских диссертаций

**ОТЗЫВ НАУЧНОГО РУКОВОДИТЕЛЯ
НА ВЫПУСКНУЮ КВАЛИФИКАЦИОННУЮ РАБОТУ**

Студента _____

фамилия, имя, отчество

На тему _____

1. Актуальность и практическая / теоретическая значимость темы

2. Научная новизна

3. Логическая последовательность изложения

4. Умение пользоваться методами научного исследования для развития профессиональных компетенций

5. Аргументированность и конкретность выводов и предложений

7. Умение систематизировать информационный материал

8. Достаточность использования литературных источников

9. Самостоятельность подхода к раскрытию темы
ВКР _____
10. Степень обоснованности выводов и рекомендаций

11. Качество оформления ВКР, качество иллюстративного материала

12. Замечание к работе студента над ВКР

13. ВКР *соответствует/не соответствует* требованиям, предъявляемым к ВКР, нужно подчеркнуть
Может /не может (нужное подчеркнуть) быть рекомендована к защите на заседании ГАК
14. Студент(ка)

_____ фамилия, имя, отчество

заслуживает присвоения ему (ей) степени магистра \бакалавра\ квалификации
специалиста по направлению подготовки _____

Направленность\профиль\специализация _____

Научный руководитель ВКР _____

_____ ученая степень, звание, ФИО

« _____ » _____ 201__ г.

_____ подпись научного руководителя

РЕЦЕНЗИЯ

на выпускную квалификационную работу

ФИО
студента, обучающегося по направлению подготовки\специальности _____
направленность\профиль\специализация _____
ИМПЭ имени А.С. Грибоедова

на тему _____

« ____ » _____ 20__ г.

Далее с красной строки пишется текст, в котором рецензенту необходимо отразить:

- степень актуальности и новизны темы;
- уровень теоретической подготовки и умение использовать знания для решения практических задач;
- полноту и детальность разработки отдельных вопросов;
- наличие положительных сторон и недостатков в работе;
- практическую ценность работы в целом или ее отдельных частей;
- качество оформления работы;
- оценку работы в целом.

Рецензент _____
должность, место работы, ФИО

_____ подпись

М.П.⁵

⁵или заверение подписи рецензента