

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

БАЛТИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
«ВОЕНМЕХ» им. Д.Ф. УСТИНОВА



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
ГОСУДАРСТВЕННАЯ ИТОГОВАЯ АТТЕСТАЦИЯ
(защита выпускной квалификационной работы, включая подготовку к защите и
процедуру защиты)

Направление подготовки/ специальность	42.03.01 Реклама и связи с общественностью <i>(указывается индекс и наименование направления/специальности)</i>
Специализация/профиль/программа подготовки	Реклама и связи с общественностью в политике и государственном управлении
Уровень высшего образования	бакалавриат <i>(бакалавриат/ магистратура/ специалитет)</i>
Форма обучения	очная
Факультет	Р Международного промышленного менеджмента и коммуникации <i>(указывается индекс и полное наименование факультета Университет)</i>
Выпускающая кафедра	Р4 Экономика, организация и управление производством <i>(указывается индекс и полное наименование выпускающей кафедры)</i>

Начальник отдела
основных образовательных
программ
(подпись) А.А. Русина /
«31» августа 2021

ЛИСТ СОГЛАСОВАНИЯ

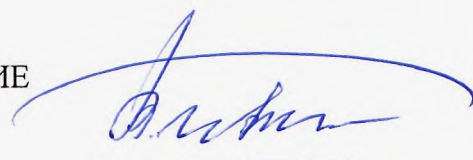
**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА СОСТАВЛЕНА В СООТВЕТСТВИИ С ТРЕБОВАНИЯМИ ФЕДЕРАЛЬНОГО
ГОСУДАРСТВЕННОГО ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО СТАНДАРТА (ФГОС) ВО
42.03.01 Реклама и связи с общественностью**

год набора группы: 2021

Программу составили:

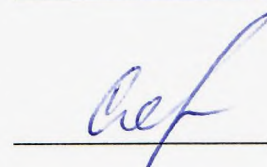
кафедра Р4 ЭКОНОМИКА, ОРГАНИЗАЦИЯ И УПРАВЛЕНИЕ
ПРОИЗВОДСТВОМ

Ивченко Борис Павлович, зав. каф. Р4, д.т.н., профессор



кафедра Р4 ЭКОНОМИКА, ОРГАНИЗАЦИЯ И УПРАВЛЕНИЕ
ПРОИЗВОДСТВОМ

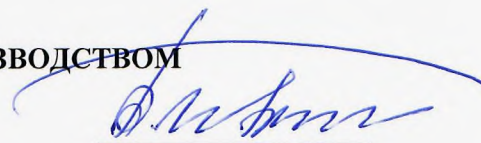
Сорокина Елена Владимировна, к.полит.н., доцент



Программа рассмотрена
на заседании выпускающей кафедры

Р4 ЭКОНОМИКА, ОРГАНИЗАЦИЯ И УПРАВЛЕНИЕ ПРОИЗВОДСТВОМ

Заведующий кафедрой Ивченко Б.П., д.т.н., проф.



Программа обеспечена литературой

«31» августа 2021 г.

Директор библиотеки



/Н.В. Сесина/

1. Общие положения

Государственная итоговая аттестация является завершающей стадией процесса подготовки.

Целью государственной итоговой аттестации является установление уровня подготовки выпускника высшего учебного заведения к выполнению профессиональных задач, соответствия его подготовки требованиям федерального государственного образовательного стандарта высшего образования.

В ходе государственной итоговой аттестации выпускник должен продемонстрировать результаты обучения (знания, умения, навыки, компетенции), освоенные в процессе подготовки по данной образовательной программе.

2. Виды итоговых аттестационных испытаний и формы их проведения

Образовательной программой предусмотрена государственная итоговая аттестация в виде: подготовки и защиты выпускной квалификационной работы.

2.1. Подготовка и защита выпускной квалификационной работы

Цель выпускной квалификационной работы - систематизация и закрепление теоретических знаний и практических навыков, полученных в ходе обучения.

Выпускная квалификационная работа – это комплексная самостоятельная работа с элементами самостоятельных исследований, включающая теоретический анализ проблемы (ситуации) и решение конкретных практических задач, вытекающих из нее.

Задачами выпускной квалификационной работы являются:

– углубление, закрепление и систематизация теоретических знаний выпускника, применение полученных знаний при решении практических комплексных профессиональных задач, связанных с будущей работой выпускников в профессиональных структурах, на предприятиях и в организациях;

– формирование и развитие способностей научно-исследовательской работы, в том числе умений получения, анализа, систематизации и оформления научных знаний;

– выявление степени подготовленности обучающихся к самостоятельной работе;

– приобретение опыта представления и публичной защиты результатов исследовательской деятельности;

– подготовка выпускника к дальнейшей профессиональной деятельности в зависимости от направления подготовки.

Выпускная квалификационная работа свидетельствует об уровне сформированности умений и компетенций обучающихся:

– обосновать степень актуальности исследования или разработки;

– четко формулировать проблему и тему исследования или разработки;

– определять цель и задачи, предмет и объект исследования или разработки;

– осуществлять отбор фактического материала, нормативно-технической документации, цифровых данных и других сведений;

– анализировать отобранный материал, статистические и другие данные, используя соответствующие методы обработки и анализа информации;

– делать научно обоснованные выводы по научным результатам работы и формулировать практические рекомендации;

– применять научные методы исследования;

– излагать свою точку зрения по дискуссионным вопросам, относящимся к теме исследования;

– делать выводы и разработать рекомендации на основе проведенного анализа;

– представлять основные положения работы, вести научную дискуссию, защищать научные идеи.

Структура, требования, особенности подготовки и оформления выпускной квалификационной работы определяются Положением о выпускной квалификационной работе по программе бакалавриата СТО.БГТУ.СМК-П-К5-11-2021, приказ № 110-О от 23.02.2021 Порядок организации и проведения государственной итоговой аттестации обучающихся определяется Положением «О государственной итоговой аттестации по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета и программам магистратуры».

2.2. Комплексный государственный экзамен

Государственный экзамен учебным планом направления подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью и профиля (направленности) «Реклама и связи с общественностью в политике и государственном управлении» не предусмотрен.

3. Структура и содержание этапов подготовки ВКР

Объем блока государственная итоговая аттестация составляет 9 з.е. (324 часа).

№ п/п	Разделы (этапы)	Ориентировочная трудоемкость (в часах)	Формы текущего контроля
1.	Введение 1 (теоретический раздел), как правило, включает в себя: анализ истории вопроса и его современного состояния, обзор литературы по исследуемой проблеме, представление различных точек зрения и обоснование позиций автора исследования, анализ и классификацию привлекаемого материала на базе избранной студентом методики исследования; анализ нормативно-правовой базы.	81	Регулярные консультации с руководителем ВКР
2.	2 (аналитический раздел), как правило, включает: описание процесса теоретических и (или) экспериментальных исследований, методов исследований, методов расчета, обоснование необходимости проведения экспериментальных работ, принципов действия разработанных объектов, их характеристики.	81	Регулярные консультации с руководителем ВКР
3.	3 (практический, проектный раздел), как правило, включает: обобщение и оценку результатов исследований, включающих оценку полноты решения поставленной задачи и предложения по дальнейшим направлениям работ, оценку достоверности полученных результатов и их сравнение с аналогичными результатами отечественных и зарубежных работ; практические рекомендации по совершенствованию деятельности органов власти; проектную разработку.	81	Регулярные консультации с руководителем ВКР
4.	Заключение Список использованных источников Приложения	81	Регулярные консультации с руководителем ВКР
	ИТОГО	324	

4. Учебно-методическое и информационное обеспечение

а) основная литература:

1. Основные методы и приёмы современного маркетинга: учебное пособие для вузов / В. Ф. Богачёв [и др.]; БГТУ "ВОЕНМЕХ" им. Д. Ф. Устинова. - Изд. 3-е, испр. и доп. - СПб. : [б. и.], 2017. - 87 с. - 32 экз.

2. Основы PR-технологий [Текст] : учебное пособие [для вузов] / М. Г. Гогоуадзе, Е. В. Сорокина, Е. А. Черкасова ; БГТУ "ВОЕНМЕХ" им. Д. Ф. Устинова. - СПб. : [б. и.], 2021. - 221 с. - 44 экз.

3. Коноваленко, В. А. Реклама и связи с общественностью: введение в специальность : учебник для бакалавров / В. А. Коноваленко, М. Ю. Коноваленко, Н. Г. Швед. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 383 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-2851-8. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/448047> (дата обращения: 31.08.2021).

4. Морозова, О. А. Информационные технологии в государственном и муниципальном управлении : учебное пособие для бакалавриата и магистратуры / О. А. Морозова, В. В. Лосева, Л. И. Иванова. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 142 с. — (Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-06262-5. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/441844> (дата обращения: 31.08.2021).

5. Информационные технологии в маркетинге : учебник и практикум для академического бакалавриата / С. В. Карпова [и др.] ; под общей редакцией С. В. Карповой. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 367 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-02476-0. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/432127> (дата обращения: 31.08.2021).

6. Чумиков, А.Н. Коммуникационные кампании : учебное пособие / А.Н. Чумиков. — Москва : Аспект Пресс, 2014. — 160 с. — ISBN 978-5-7567-0749-6. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/68864> (дата обращения: 31.08.2021)

7. Шарков, Ф.И. Интегрированные коммуникации: Массовые коммуникации и медиапланирование : учебник / Ф.И. Шарков, В.Н. Бузин. — Москва : Дашков и К, 2017. — 488 с. — ISBN 978-5-394-01185-6. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/93416> (дата обращения: 31.08.2021) .

8. Емельянов, С. М. Теория и практика связей с общественностью : учебное пособие для академического бакалавриата / С. М. Емельянов. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 197 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-08991-2. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/438207> (дата обращения: 31.08.2021).

9. Федотова, Л. Н. Реклама: теория и практика : учебник для академического бакалавриата / Л. Н. Федотова. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 391 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-8299-2. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/433005> (дата обращения: 31.08.2021).

10. Чуев, С. В. Политический менеджмент. Коммуникативные технологии : учебное пособие для бакалавриата и магистратуры / С. В. Чуев. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 244 с. — (Авторский учебник). — ISBN 978-5-534-09615-6. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/438912> (дата обращения: 31.08.2021).

11. Гуревич, П. С. Социология и психология рекламы : учебное пособие для вузов / П. С. Гуревич. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2018. — 462 с. — (Авторский учебник). — ISBN 978-5-534-02457-9. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/414943> (дата обращения: 31.08.2021).

12. Гавра, Д. П. Основы теории коммуникации : учебник для академического бакалавриата / Д. П. Гавра. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 231 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-06317-2. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/433390> (дата обращения: 31.08.2021).
13. Избирательная система Российской Федерации: учебное пособие / Н. А. Курашева [и др.]; БГТУ "ВОЕНМЕХ" им. Д. Ф. Устинова. - Электрон. текстовые дан. - СПб.: [б. и.], 2018. - 88 с. — 55 экз.
14. Коноваленко, В. А. Основы интегрированных коммуникаций : учебник и практикум для академического бакалавриата / В. А. Коноваленко, М. Ю. Коноваленко, Н. Г. Швед. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 486 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-3061-0. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/425906> (дата обращения: 31.08.2021).
15. Шарков, Ф.И. Интегрированные коммуникации: Массовые коммуникации и медиапланирование : учебник / Ф.И. Шарков, В.Н. Бузин. — Москва : Дашков и К, 2017. — 488 с. — ISBN 978-5-394-01185-6. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/93416> (дата обращения: 31.08.2021).
16. Морозова, О. А. Информационные технологии в государственном и муниципальном управлении : учебное пособие для бакалавриата и магистратуры / О. А. Морозова, В. В. Лосева, Л. И. Иванова. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 142 с. — (Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-06262-5. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/441844> (дата обращения: 31.08.2021).
17. Селентьева Д. О. Этика делового общения [Текст]: учебное пособие [для вузов] / Д. О. Селентьева; БГТУ "ВОЕНМЕХ" им. Д. Ф. Устинова. - СПб.: [б. и.], 2016. - 98 с. — 61 экз.
18. Селентьева, Д. О. Политическая имиджелогия: учебное пособие для бакалавриата и магистратуры / Д. О. Селентьева. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2019. — 164 с. — (Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-06386-8. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/434299> (дата обращения: 31.08.2021).
19. Сирота, Н. М. Политическая конфликтология : учебное пособие для бакалавриата и магистратуры / Н. М. Сирота. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 121 с. — (Университеты России). — ISBN 978-5-534-07245-7. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/438311> (дата обращения: 31.08.2021).
20. Стешин А. И. Информационные системы управления проектами [Текст]: практическое пособие [для вузов] / А. И. Стешин; БГТУ "ВОЕНМЕХ" им. Д. Ф. Устинова. - СПб.: [б. и.], 2017. - 124 с. — 81 экз.
21. Связи с общественностью в органах власти : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / В. А. Ачкасова [и др.] ; под редакцией В. А. Ачкасовой, И. А. Быкова. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 163 с. — (Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-07448-2. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/442202> (дата обращения: 31.08.2021).
22. Карасев, А. П. Маркетинговые исследования и ситуационный анализ : учебник и практикум для прикладного бакалавриата / А. П. Карасев. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 315 с. — (Бакалавр. Прикладной курс). — ISBN 978-5-534-05189-6. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/433126> (дата обращения: 31.08.2021).
- б) дополнительная литература определяется темой выпускной квалификационной работы.

в) программное обеспечение и Интернет-ресурсы:

1. Каталог образовательных ресурсов - <http://window.edu.ru/window>.
2. ЭБС Издательства «ЮРАЙТ»: <http://biblio-online.ru>
3. Электронная библиотека БГТУ «ВОЕНМЕХ»: <http://library.voenmeh.ru>
4. Каталог образовательных ресурсов - <http://window.edu.ru/window>.
5. ЭБС Издательства «ЛАНЬ»: <http://e.lanbook.com/>

5. Фонд оценочных средств и оценка сформированности компетенций

Результатом освоения образовательной программы по направлению подготовки 42.03.01 – Реклама и связи с общественностью и направленности (профиля) подготовки «Реклама и связи с общественностью в политике и государственном управлении» в рамках организационного и технологического типа задач профессиональной деятельности является овладение обучающимися следующими универсальными, общепрофессиональными и профессиональными компетенциями:

Шифр компетенции по ФГОС ВО	Наименование компетенции по ФГОС ВО	Основные показатели оценки сформированности компетенций
УК-1	Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	Знать: логические термины, основные законы логики, формы мышления и их виды, основы доказательства и аргументации, принципы использования логических знаний в жизненной практике (споре, дискуссии). Уметь: осуществлять поиск информации; устанавливать логический смысл суждений; решать логические задачи, применять законы логики в процессе научной и общественной деятельности. Владеть: навыками научного мышления, использования приемов логического построения рассуждений, распознавания логических ошибок; методов логического анализа; навыками применения системного подхода для решения поставленных задач.
УК-2	Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	Знать: содержание, источники и нормы российского и международного права, состав субъектов правоотношений, институты российского и международного права. Уметь: применять нормы различных видов права в профессиональной и других видах деятельности. Владеть: общеправовыми знаниями в различных сферах деятельности; навыками применения правовых норм в различных сферах деятельности.
УК-3	Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	Знать: основы социальной психологии, методы групповой коммуникации. Уметь: применять нормы делового поведения на практике; работать в команде; толерантно воспринимать социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия, предупреждать конфликты и управлять ими. Владеть: навыками эффективной межличностной коммуникации, разрешения конфликтов и группового взаимодействия.
УК-4	Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	Знать: базовую общеупотребительную лексику и специальную терминологию на русском и иностранном(ых) языке(ах), базовые грамматические структуры русского и иностранного(ых) языков. Уметь: понимать базовую общеупотребительную лексику и специальную терминологию на русском и иностранном(ых) языке(ах); воспринимать и адекватно реагировать на устное и письменное

		<p>коммуникационное межличностное и межкультурное взаимодействие на русском и иностранном(ых) языках.</p> <p>Владеть: навыками разговорно-бытовой и профессиональной речи на русском и иностранном(ых) языке(ах); основами профессиональной речевой коммуникации, основными навыками оформления документов.</p>
УК-5	<p>Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах</p>	<p>Знать: роль социально-исторических наук в развитии цивилизации; основные проблемы мирового сообщества и тенденции мирового развития; основные научные понятия и концепции; основы историко-культурного развития человека и человечества; основные закономерности взаимодействия человека и общества; основные регулятивы межкультурной коммуникации.</p> <p>Уметь: применять философские и научные методы постижения действительности; воспринимать, обобщать, обрабатывать и анализировать информацию; анализировать мировоззренческие, социально и лично значимые научные проблемы; применять фундаментальные научные законы в отношении наблюдаемых явлений; использовать модели межкультурной коммуникации в моделируемых ситуациях; реализовать формы и регулятивы этикета, принятые в разных странах.</p> <p>Владеть: навыками межкультурной коммуникации; способностью к постановке целей, задач и выбору способов их достижения; технологиями приобретения, использования и обновления гуманитарных, социальных и естественнонаучных знаний; нормами взаимодействия и сотрудничества.</p>
УК-6	<p>Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни</p>	<p>Знать: принципы психологической самооценки и мотивации личности; методы саморазвития и самореализации личности; принципы тайм-менеджмента.</p> <p>Уметь: анализировать ситуации, связанные с саморазвитием и самореализацией личности, в том числе в сфере профессиональных компетенций; использовать свой творческий потенциал для самореализации и саморазвития, использовать методы научного познания для постоянного совершенствования самообразования и развития личности.</p> <p>Владеть: методами и навыками развития личности, использования ее творческого потенциала; навыками самоорганизации и самообразования, управления собственным временем.</p>
УК-7	<p>Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности</p>	<p>Знать: методы физического воспитания и укрепления здоровья, профилактики профессиональных заболеваний и вредных привычек.</p> <p>Уметь: выполнять индивидуально подобранные комплексы оздоровительной и адаптивной (лечебной) физической культуры, композиции ритмической и аэробной гимнастики, комплексы упражнения атлетической гимнастики; выполнять простейшие приемы самомассажа и релаксации.</p> <p>Владеть: навыками самостоятельного использования методов физического воспитания и укрепления здоровья, методов профилактики профессиональных заболеваний и вредных привычек; навыками организации, проведения и участия в спортивных мероприятиях.</p>

УК-8	Способен создавать и поддерживать безопасные условия жизнедеятельности, в том числе при возникновении чрезвычайных ситуаций	<p>Знать: основные методы защиты в условиях чрезвычайных ситуаций природного и техногенного характера.</p> <p>Уметь: применять основные медицинские знания и приемы первой помощи в условиях чрезвычайных ситуаций; соблюдать правила безопасности жизнедеятельности.</p> <p>Владеть: основными методами защиты производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий.</p>
УК-9	Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основные документы, регламентирующие экономическую деятельность; - источники финансирования профессиональной деятельности; - принципы планирования экономической деятельности <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - обосновывать принятие экономических решений, использовать методы экономического планирования для достижения поставленных целей. <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками применения экономических инструментов.
УК-10	Способен формировать нетерпимое отношение к коррупционному поведению	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - действующие правовые нормы, обеспечивающие борьбу с коррупцией в различных областях жизнедеятельности; - способы профилактики коррупции и формирования нетерпимого отношения к ней. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - планировать, организовывать и проводить мероприятия, обеспечивающие формирование гражданской позиции и предотвращение коррупции в социуме. <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками взаимодействия в обществе на основе нетерпимого отношения к коррупции.
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	<p>Знать: основы литературного редактирования.</p> <p>Уметь: применять навыки создания текстов рекламы и связей с общественностью.</p> <p>Владеть: литературного редактирования, копирайтинга и составления рекламных текстов в области рекламы и связей с общественностью.</p>
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>Знать: роль и возможности практического использования PR в различных сферах человеческой деятельности: в экономике, политике, культуре, спорте и других сферах; виды, средства, формы и методы массовых коммуникаций в современном обществе.</p> <p>Уметь: использовать методики и техники проведения опросов общественного мнения и целевых аудиторий СМИ.</p> <p>Владеть: технологиями формирования общественного мнения о товаре, человеке, компании, событии; методиками мониторинга СМИ, проведения SWOT-анализа, контент-анализа для оценки эффективности коммуникационной кампании.</p>

ОПК-3	Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	<p>Знать: основные понятия и термины текста; жанровые характеристики рекламного и PR-текста; технологию структурного анализа рекламного и PR-текста; основные художественные приемы, применяемые в создании рекламного и PR-текста.</p> <p>Уметь: анализировать различные жанровые формы рекламного и PR-текста, используя достижения мировой и отечественной культуры; использовать опыт культурного наследия в профессиональной деятельности; выявлять семантику и прагматику применяемых художественных приемов в рекламном и PR-тексте; конструировать отдельные композиционные составляющие рекламного и PR-текста; конструировать разные виды рекламного и PR-текста.</p> <p>Владеть: умениями анализа мирового наследия; приемами структурного анализа текста; методами создания рекламного и PR-текстов; приемами и навыками письменной и публичной речи; владеть навыками публичной презентации авторских рекламных и PR-текстов.</p>
ОПК-4	Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	<p>Знать: сущность, структуру и технологические особенности коммуникационного процесса в различных сферах.</p> <p>Уметь: применять знания и навыки работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью; управлять общественным мнением и формировать имидж организации в информационном пространстве; осуществлять регулярный мониторинг существующих средств массовой информации, адекватно реагировать на информационные потоки.</p> <p>Владеть: методами и приемами развития маркетинговых коммуникаций в различных сферах, методами изучения и управления потребительским спросом, методиками и способами организации коммуникационного процесса.</p>
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	<p>Знать: роль коммуникации в механизме обеспечения устойчивости социума; социокультурные предпосылки формирования и развития средств массовой коммуникации; формы и виды регуляции отношений в деятельности СМИ; соотношение профессиональных факторов и факторов групп интересов в реальной деятельности информационных органов; тенденции развития средств массовой коммуникации в регионах.</p> <p>Уметь: самостоятельно анализировать содержание информации из различных источников; использовать полученные общие знания в профессиональной коммуникации, межличностном общении; проводить отдельные социологические исследования массовой коммуникации.</p> <p>Владеть: методами измерения эффектов и эффективности коммуникации; методами коммуникации в кросскультурном пространстве.</p>
ОПК-6	Способен использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии	<p>Знать: основы современной информационной и библиографической культуры, необходимые для решения информационно-коммуникационных задач.</p> <p>Уметь: решать под контролем стандартные задачи в профессиональной деятельности с использованием информационно-коммуникационных технологий.</p> <p>Владеть: навыками применения профессиональных функций в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах.</p>

ОПК-7	Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности	<p>Знать: принципы формирования общественного мнения; основные способы управления общественным мнением; нормативно-правовые, организационно-технологические, и социально-политические компоненты процесса управления общественным мнением; виды, формы и инструменты социальной ответственности; современные подходы к оценке эффективности социальной ответственности.</p> <p>Уметь: правильно анализировать базовые состояния и тенденции развития общественного мнения; разрабатывать методологию исследования общественного мнения, проводить исследования в конкретной предметной области, понимать результаты экспериментальных и наблюдательных способов проверки научных теорий; применять полученные знания в практической деятельности управления социально-политическими процессами, оценивать эффективность профессиональной деятельности.</p> <p>Владеть: навыками анализа системы социальной ответственности в организации; навыками формирования мотивов социальной ответственности в организации; навыками внедрения различных типов корпоративной социальной ответственности в деятельность современной организации; навыками управления общественным мнением внутри организации и за ее пределами.</p>
Тип задач профессиональной деятельности: организационный		
ПСК-1.1	Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	<p>Знать: функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью.</p> <p>Уметь: осуществлять тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии.</p> <p>Владеть: навыками организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры</p>
ПСК-1.2	Способен участвовать в организации управленческих процессов в органах государственной и муниципальной власти и управления, в аппаратах политических партий и общественно-политических объединений, бизнес-структурах, международных организациях, СМИ	<p>Знать: процесс организации управленческих процессов в органах государственной и муниципальной власти и управления, в аппаратах политических партий и общественно-политических объединений, бизнес-структурах, международных организациях, СМИ.</p> <p>Уметь: организовывать и проводить под руководством опытного сотрудника мероприятия общественно-политической направленности.</p> <p>Владеть: навыками самостоятельно составлять служебные документы (письма, обращения, служебные записки, ответы на входящие запросы, другие тексты по общественно-политической проблематике) в соответствии с профессиональными стандартами.</p>
Тип задач профессиональной деятельности: технологический		
ПСК-1.3	Способен применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и	<p>Знать: при подготовке текстов рекламы и (или) связей с общественностью основные технологии копирайтинга в онлайн и офлайн среде; при реализации коммуникационного продукта технологии медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн и</p>

	офлайн коммуникаций	офлайн среде. Уметь: применять основные технологии организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами; формировать основы корпоративной культуры организации с помощью основных инструментов внутренних коммуникаций. Владеть: навыками использования современных технических средств и основных технологий цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта.
ПСК-1.4	Способен создавать стандартные информационные и информационно-аналитические тексты по общественно-политической проблематике	Знать: принципы использования в профессиональной деятельности специального программного обеспечения и IT-технологий. Уметь: осуществлять поиск, сбор, обработку, анализ и хранение информации для решения поставленных задач; устанавливать и поддерживать профессиональные контакты, деловые отношения с представителями органов государственной власти, местного самоуправления, политических партий, общественных организаций, СМИ; осуществлять взаимодействие со средствами массовой информации, включая работу в сети Интернет. Владеть: навыками распространения информации с помощью различных средств и каналов массового и индивидуального информирования, в проведении информационных кампаний; навыками эффективной коммуникации в ходе выполнения поставленных задач в рамках профессиональной деятельности.
ПСК-1.5	Способен самостоятельно работать с документами, материалами средств массовой информации, докладами экспертно-аналитических центров, базами данных	Знать: способы и приемы собора и обобщения материала в сфере внутренней и внешней политики, в том числе через использование баз данных, поисковых систем и специализированных программ, осуществляет обработку первичной политической информации. Уметь: анализировать статистические и социологические данные о политических процессах и явлениях, интерпретируя различные виды политической информации. Владеть: навыками разработки стандартных аналитических материалов, включающих сообщения информационного, публицистического и аналитического характера, подготовки обзоров прессы по заданной проблематике.
Профессиональные компетенции		
	ПК-91 - способен к коммуникации и кооперации в цифровой среде, использованию различных цифровых средств, позволяющих во взаимодействии с другими людьми достигать поставленных целей	Знать: коммуникации и кооперации в цифровой среде с другими людьми. Уметь: использовать различные цифровые средства коммуникации и кооперации с другими людьми. Владеть: навыками, позволяющими во взаимодействии с другими людьми достигать поставленных целей.
	ПК-93 - способен генерировать новые идеи для решения задач цифровой экономики, абстрагироваться от стандартных моделей, перестраивать сложившиеся способы решения задач, выдвигать альтернативные варианты действий с целью	Знать: способы и приемы генерации новых идей для решения задач цифровой экономики. Уметь: абстрагироваться от стандартных моделей, перестраивать сложившиеся способы решения задач. Владеть: навыками выдвижения альтернативных вариантов действий с целью выработки новых оптимальных алгоритмов.

Критерии оценивания защиты выпускных квалификационных работ:

Оценка «отлично» может быть выставлена, если ВКР оформлена в соответствии с требованиями, предъявляемыми к ВКР локальными нормативными актами Университета, а также с учетом следующих факторов:

- содержание ВКР полностью раскрывает утвержденную тему;
- теоретические выводы и практические предложения по исследуемой проблеме вытекают из содержания ВКР, аргументированы, полученные результаты исследования значимы и достоверны, высока степень самостоятельности автора;
- работу отличают четкая структура, завершенность, логика изложения, оформление пояснительной записки соответствует предъявленным требованиям;
- доклад о выполненной автором работе логичен, выводы аргументированы, при защите обучающийся практически не привязан к тексту доклада, отвечает на вопросы членов ГЭК.

Оценка «хорошо» может быть выставлена, если ВКР оформлена в соответствии с требованиями, предъявляемыми локальными нормативными актами Университета, а также с учетом следующих факторов:

- содержание ВКР в целом раскрывает утвержденную тему;
- теоретические выводы и практические предложения по исследуемой проблеме в целом вытекают из содержания ВКР, аргументированы, работа носит самостоятельный характер, однако имеются отдельные недостатки в изложении некоторых вопросов, неточности, спорные положения;
- основные вопросы ВКР изложены логично, оформление пояснительной записки соответствует предъявленным требованиям;
- при защите обучающийся привязан к тексту доклада, но в целом способен представить полученные результаты, не испытывает значительных затруднений при ответе на вопросы членов ГЭК.

Оценка «удовлетворительно» может быть выставлена, если ВКР оформлена в соответствии с требованиями, предъявляемыми локальными нормативными актами Университета, а также с учетом следующих факторов:

- содержание ВКР в значительной степени раскрывает утвержденную тему, но отдельные вопросы изложены без должного теоретического обоснования, исследование проведено поверхностно;
- теоретические выводы и практические предложения по исследуемой проблеме поверхностны, недостаточно обоснованы, имеются отдельные недостатки и неточности при изложении некоторых вопросов, имеются спорные положения;
- источники по теме ВКР использованы не в полном объеме или не соответствуют современному уровню развития темы исследования;
- оформление пояснительной записки в целом соответствует предъявленным требованиям, но содержит ряд замечаний;
- при защите обучающийся привязан к тексту доклада, испытывает затруднения при ответах на поставленные членами ГЭК вопросы.

Оценка «неудовлетворительно» может быть выставлена, если ВКР не отвечает требованиям, предъявляемым локальными нормативными актами Университета, при этом содержание ВКР не раскрывает утвержденную тему, обучающийся не проявил навыков самостоятельной работы, оформление не соответствует предъявляемым требованиям, в процессе защиты ВКР обучающийся показывает низкие знания по теме работы, не может ответить на поставленные членами ГЭК вопросы, руководитель в отзыве негативно отзывается о работе обучающегося в период подготовки ВКР, в рецензии (при наличии) содержатся принципиальные критические замечания.

При выставлении оценки государственная экзаменационная комиссия учитывает мнение рецензента о ВКР, отзыв руководителя о работе обучающегося в период подготовки ВКР.

5.1. Рекомендуемые темы выпускных квалификационных работ

1. Роль визуальной информации в современных медиа.
2. Взаимосвязь городского пространства и публичной коммуникации.
3. Аспекты управления корпоративной репутацией (на конкретном примере).
4. Управление имиджем государственной (политической) организации (на конкретном примере).
5. Образ публичной личности в СМИ (на конкретном примере).
6. Интертекстуальность как средство создания подтекста (на материале политической рекламы).
7. Визуализация в современных медиа политических представлений о ... (на выбор: семья, молодежь, успех, государство, стабильность, образование).
8. Особенности создания образа политического лидера в СМИ (на конкретном примере).
9. Влияние digital communications на рекламу и связи с общественностью.
10. Особенности PR-деятельности в учреждениях культуры и искусства (на примере конкретной организации).
11. Особенности PR-деятельность в спортивных организациях (на примере конкретной организации).
12. Проблемы развития связей с общественностью в социальной сфере (на примере учреждений образования, здравоохранения и др.).
13. Связи с общественностью в политической сфере (на конкретном примере).
14. Связи с общественностью в государственном управлении (на конкретном примере).
15. PR-технологии в формировании имиджа (на примере политического лидера, политической партии, общественного движения).
16. Применение PR-методов в политическом процессе (на примере избирательной кампании).
17. PR-взаимодействие с целевой аудиторией в органах государственной власти (на конкретном примере).
18. PR-технологии в формировании имиджа государственного и муниципального служащего (на конкретном примере).
19. Управление имиджем компании как способ конкурентной борьбы (на конкретном примере).
20. Ребрендинг как способ усиления влияния организации на целевые аудитории (на конкретном примере.)
21. Развитие политического бренда (на конкретном примере).
22. Продвижение политического бренда в условиях высокой конкретности (на конкретном примере).
23. Особенности управления репутацией в Интернете (на конкретном примере).
24. Благотворительность как инструмент связей с общественностью (на конкретном примере).
25. Связи с общественностью в экологической политике (на конкретном примере).
26. Менеджмент политических событий в связях с общественностью (на конкретном примере).
27. Управление персональным брендом (на конкретном примере).
28. Речевой портрет политического или общественного деятеля (на конкретном примере).
29. Агрессия в конфликте и современных медиа.
30. Роль СМИ в развитии и урегулировании политических конфликтов.

31. Управление антикризисными коммуникациями в политике (на конкретном примере).
32. Особенности политической коммуникации в современных медиа (на конкретном примере).
33. Речевые стратегии СМИ при освещении природных катаклизмов.
34. Специфика продвижения иностранных брендов на российском политическом рынке.
35. Принципы организации и планирования рекламной кампании (на конкретном примере).
36. Рекламные и PR-коммуникации в сфере высоких технологий (на конкретном примере).
37. Специфика продвижения коммуникационного агентства в социальных медиа (на конкретном примере).
38. Критерии эффективности ребрендинга компании (на конкретном примере).
39. Реклама как инструмент продвижения малого предприятия (на конкретном примере).
40. Анализ принципов СММ-продвижение продуктов и услуг (на конкретном примере).