

МИНОБРНАУКИ РОССИИ



Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский государственный гуманитарный университет»
(ФГБОУ ВО «РГГУ»)

ИНСТИТУТ МАССМЕДИА И РЕКЛАМЫ

ФАКУЛЬТЕТ РЕКЛАМЫ И СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

Кафедра теории и практики общественных связей

**ПРОГРАММА
ГОСУДАРСТВЕННОЙ ИТОГОВОЙ АТТЕСТАЦИИ**

42.03.05 – Медиакоммуникации

Код и наименование направления подготовки/специальности

Медиакоммуникации и управление корпоративным медиа

Наименование направленности (профиля)/специализации

Уровень высшего образования: ***бакалавриат***

Форма обучения: ***очная, очно-заочная***

Программа адаптирована для лиц
с ограниченными возможностями
здоровья и инвалидов

Москва 2024

Программа государственной итоговой аттестации

Составители:

*Доктор пед. Н, доцент заведующий кафедры медиакоммуникаций Волкова В.В.
Доктор пед. Н, доцент профессор кафедры медиакоммуникаций Коровяковский Д.Г.*

Ответственный редактор (если есть)

Доктор пед. Н, доцент заведующий кафедры медиакоммуникаций Волкова В.В.

УТВЕРЖДАЮ

Руководитель ОПОП ВО



В.В. Волкова

Дата 02.02.2024 г.

СОГЛАСОВАНО:

Заведующий кафедрой
медиакоммуникаций



В.В. Волкова

02.02.2024 г.

1. Общие положения

1.1. Целью государственной итоговой аттестации выпускников является определение соответствия результатов освоения обучающимися основной профессиональной образовательной программы требованиям федерального государственного образовательного стандарта (ФГОС ВО) по направлению подготовки Медиакоммуникации – 42.03.05.

1.2. Формами государственной итоговой аттестации являются:

- Государственный экзамен
- Защита выпускной квалификационной работы (далее - ВКР).

1.3. Виды профессиональной деятельности выпускников и соответствующие им задачи профессиональной деятельности: проектный; маркетинговый; организационный; технологический; редакторский; авторский.

Выпускник, освоивший программу бакалавриата, в соответствии с видом (видами) профессиональной деятельности, на который (которые) ориентирована программа магистратуры, готов решать следующие профессиональные задачи:

Задачи профессиональной деятельности *организационного* типа:

- организовывать работу по совершенствованию внешних и внутренних коммуникаций и мероприятия в целях решения задач в сфере медиа;
- контролировать и регулировать ход выполнения проектной работы в медиасфере;
- использовать технические средства и интегрировать современные технологии цифровых коммуникаций для подготовки медиапроектов и медиапродуктов.

Задачи профессиональной деятельности *проектного* типа:

- отбирать аналитические методы и инструменты для целеполагания, планирования и оценки эффективности медиастратегии, медиапроекта и применять их на практике;
- проводить анализ ситуации и разрабатывает проекты и кампании в медиасфере.

Задачи профессиональной деятельности *редакторского* типа:

- формулировать различного рода контент;
- проводить исследование, получать, интерпретировать и представлять результаты исследования, составлять практические рекомендации и прогнозировать тенденции медиасферы.

Задачи профессиональной деятельности *маркетингового* типа:

- создавать медиатексты любого уровня сложности с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта;
- интегрировать коммуникации для эффективной реализации медиастратегии.

1.4. Перечень компетенций, которыми должны овладеть обучающиеся в результате освоения образовательной программы высшего образования

Коды компетенций по ФГОС	Наименование компетенций	Вид государственного испытания, в ходе которого проверяется сформированность компетенции	
		государственный экзамен	защита ВКР
Универсальные компетенции (УК)			
УК-1	Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять	+	

	системный подход 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	+	
УК-3	Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	+	
УК-4	Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	+	
УК-5	Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	+	
УК-6	Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни	+	
УК-7	Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности	+	
УК-8	Способен создавать и поддерживать безопасные условия жизнедеятельности, в том числе при возникновении чрезвычайных ситуаций	+	
УК-9	Способен использовать базовые дефектологические знания в социальной и профессиональной сферах	+	
УК-10	Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности	+	
Общепрофессиональные компетенции (ОПК)			
ОПК-1	Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	+	
ОПК-2	Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	+	
ОПК-3	Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой		

	культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	+	
ОПК-4	Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	+	
ОПК-5	Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	+	
ОПК-6	Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности	+	
ОПК-7	Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности	+	
Профессиональные компетенции по видам деятельности (ПК)			
<i>организационная деятельность</i>			
ПК-2	Способность управлять процессами стратегического планирования, подготовки, творческой проработки и реализации коммуникационных программ и мероприятий, обеспечивать их качество и эффективность		+
<i>проектная деятельность</i>			
ПК-3	Способен проводить анализ потребительского поведения, контроль и оценку эффективности коммуникационных мероприятий		+
ПК-1	Знает основные принципы работы с данными, владеет современными инструментами анализа данных на начальном уровне, в т.ч. навыками программирования, алгоритмизации и математическими методами при решении задач анализа данных		+
<i>маркетинговая деятельность</i>			
ПК-5	Разрабатывает и реализует различные медиапроекты и медиапродукты		+
<i>редакторская деятельность</i>			
ПК-4	Осуществляет организацию работ по созданию и редактированию контента		+

2. Программа государственного экзамена

2.1. Содержание экзамена

Часть 1. Анализ монографии

1. Благов Ю. Е. Корпоративная социальная ответственность. Эволюция концепции. М.: Высшая школа менеджмента, 2015. 272 с.

2. Глазова Л. Зачем пиарщику линейка? Советы по измерениям коммуникаций. М.: Альпина Паблишер, 2021. 168 с.
3. Дебрэ Р. Введение в медиологию. – М.: Праксис, 2010. – 368 с.
4. Кастельс М. Власть коммуникации / под науч. ред. А.И. Черных. М. : Изд. дом Высшей школы экономики, 2016. 564 с.
5. Ловинк Г. Критическая теория интернета. Москва: Ад Маргинем Пресс, 2019. 304 с.
6. Лотман Ю.М. Культура и взрыв. М.: Гнозис, 1992. 272 с.
7. Маккуайр С. Геомедиа. М.: Strelka Press, 2018. 266 с.
8. Маклюэн М. Понимание Media: Внешние расширения человека. М.: Канон-Пресс-Ц, Кучково поле, 2003. 464 с.
9. Мейер Э. Карта культурных различий. Как люди думают, руководят и добиваются целей в международной среде. М., 2019. 282 с.
10. Мортон Т. Гиперобъекты: Философия и экология после конца мира. Пермь: Гиле Пресс, 2019. 284 с.
11. Общество знаниевых кочевников / под ред. Джона У. Моравца. – Томск: Издательский Дом Томского государственного университета, 2018. 346 с.
12. Пригожин И., Стенгерс И. Порядок из хаоса. Новый диалог человека с природой. М.: Прогресс, 1986.
13. Урри Дж. Социология за пределами обществ. Виды мобильности для XXI столетия. М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2012. 335 с.
14. Франкель Н. Партнерство и спонсорство в event-индустрии. Игра вдолгую. СПб: Питер, 2021. 240 с.
15. Степин В.С. Теоретическое знание. М., Прогресс, 2000. 800 с.

Часть 2. Теоретические вопросы

1. Понятие о коммуникации: феномен коммуникации и возможности его изучения.
2. Соотношение понятий: СМИ, массовые коммуникации, медиа, медиакommunikation.
3. Ключевые характеристики медиакommunikation в современном мире.
4. Медиа система современной России.
5. Законодательство о медиа: источники, ограничительная политика.
6. Организация деятельности массмедиа.
7. Отношения массмедиа с гражданами и организациями.
8. Этическое регулирование массмедиа.
9. Современное состояние и тенденции развития печатных массмедиа.
10. Российские ИА в условиях развития новых информационных технологий.
11. Основные сегменты системы радиовещания. Типы и форматы радиостанций.
12. Производство телевизионного контента. Телеканалы.
13. Особенности потребления и аудитория онлайн-СМИ. Контент онлайн-СМИ.
14. Бизнес-модели онлайн-СМИ. Перспективы развития онлайн-СМИ.
15. Общая характеристика и особенности функционирования социальные медиа.
16. Блогеры, инфлюенсеры и «новые профессионалы».
17. Актуальные тенденции развития российских социальных медиа.
18. Книгоиздательская деятельность. Основные тенденции развития книгоиздательской отрасли на современном этапе.
19. Основные этапы развития отечественного кино. Государственная поддержка и регулирование в сфере кинематографии РФ.
20. Становление мелиарекламного рынка в современной России.
21. Реклама как основа бизнес-модели российских медиа.
22. Реклама в контенте медиа.
23. Основные тенденции развития связей с общественностью. Типы коммуникаций в связях с общественностью.
24. Экономическая история российской медиасистемы.
25. Особенности российских медиакompanies.

26. Характеристика и типология аудитории. Аудитория различных массмедиа.
27. Определение понятия «медиа контент». Виды контента.
28. Принципы распространения контента и феномен отчужденных площадок.
29. Понятие и особенности подготовки медиапроектов. Этапы разработки и реализации медиапроектов.
30. Возможности мультимедийных ресурсов. Медиаплатформы как новые платформы распространения контента.

2.2. Оценочные материалы для проведения государственного экзамена

Итоговый междисциплинарный экзамен проводится в устной форме. На подготовку к ответу по билету выпускнику дается 40 минут, в течение которых можно написать тезисы ответа на специальных листах, выданных вместе с билетом. Тезисы должны быть написаны понятным почерком с указанием фамилии выпускника и его подписью. На дополнительные вопросы в процессе ответа выпускник отвечает без подготовки.

Оценка за ответ выставляется по пятибалльной системе. Результаты итогового государственного междисциплинарного экзамена определяются оценками «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

Члены Государственной экзаменационной комиссии выставляют оценки «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно за ответы студента по каждому вопросу билета и каждому дополнительному вопросу. На закрытом заседании Государственной экзаменационной комиссии обсуждается характер ответов студента, персональные оценки и выставляется согласованная итоговая оценка по каждому выпускнику. В случае расхождения мнений членов Государственной экзаменационной комиссии, по итоговой оценке, на основе оценок, поставленных членами комиссии, решение ГЭК принимается простым большинством голосов. При равном числе голосов, голос председателя комиссии является решающим.

Результаты государственного экзамена определяются оценками и объявляются студентам после окончания работы ГЭК в день экзамена и заносятся в зачетную книжку и ведомость. Кроме того, результаты экзамена фиксируются в протоколе заседания ГЭК.

Студенты, не явившиеся на государственный экзамен по уважительной причине (по медицинским показаниям или в других исключительных случаях, документально подтвержденных), могут быть допущены к экзамену распоряжением декана факультета на основании заявления студента с визой проректора по учебной работе в сроки, определяемые приказом ректора (проректора), но не позднее, чем за месяц до защиты выпускной квалификационной работы.

Оценка, выставленная ГЭК, окончательная. Передача Госэкзамена с целью повышения оценки не допускается. Студенты, получившие на государственном экзамене оценку «неудовлетворительно» или не явившиеся на экзамен без уважительной причины, к защите выпускной квалификационной работы не допускаются и отчисляются из университета, как окончившие теоретический курс обучения.

2.2.1. Описание показателей, критериев и шкалы оценивания

Оценка	Критерии оценки
отлично	выставляется студенту, который глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, грамотно и логически стройно его излагает, демонстрируя связь теории с практикой. При этом студент не затрудняется с ответом при видоизменении

	задания, свободно справляется с практическими задачами, дополнительными вопросами и другими видами контроля знаний, проявляет знакомство с монографической литературой, правильно обосновывает принятые решения, владеет разносторонними навыками и приемами решения практических задач.
хорошо	выставляется студенту, который твердо знает программный материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская ошибок и существенных неточностей в ответе на вопрос, правильно применяет теоретические положения при решении практических вопросов и задач, владеет необходимыми приемами их решения. Причиной снижения балла могут быть отсутствие ответа на один дополнительный вопрос и неточности или погрешности в использовании профессиональных терминов и понятий.
удовлетворительно	выставляется студенту, который имеет знания только основного материала, но не усвоил его детали, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушения последовательности в изложении программного материала и испытывает трудности при выполнении практических заданий и ответе на дополнительные вопросы. Причиной снижения баллов за ответ может быть отсутствие ответа на один вопрос билета, или на дополнительные вопросы, а также не в полной мере владение профессиональной лексикой.
неудовлетворительно	выставляется студенту, который не усвоил значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большим затруднением решает практические задачи, не умеет обосновать принятые решения и не владеет профессиональными терминами.

Критерии оценивания уровня сформированности компетенций ФГОС по направлению подготовки «Реклама и связи с общественностью», проверяемые во время проведения государственного экзамена.

Описание показателей в соответствии с уровнем овладения компетенциями (сгруппированных по направлению деятельности) представлено в таблице.

Критерии оценивания уровня сформированности компетенции				
КОД	<i>Высокий уровень</i>	<i>Повышенный уровень</i>	<i>Базовый уровень</i>	<i>Недостаточный уровень</i>

<p>УК-1, УК-2, УК-3, УК-4, УК-5, УК-6, УК-7, УК-8, УК-9, УК-10</p>	<p>Видит междисциплинарные связи. Знает законодательно-нормативную базу, понимает основы экономической эффективности профессиональной деятельности, может выстраивать причинно-следственные связи описываемых явлений. Анализирует практические примеры со стороны социальной ответственности и собственной гражданской позиции.</p>	<p>Ответ в целом соответствует вышеизложенным критериям, но формулирование самостоятельных выводов вызывает затруднение.</p>	<p>При неполном знании теоретического материала выявлена недостаточная сформированность компетенций, не может применить теорию в новой ситуации, чувствует себя неуверенно при анализе междисциплинарных связей.</p>	<p>Показывает слабый уровень правовой культуры, не владеет базовыми экономическими знаниями, отсутствует социально-ответственная позиция.</p>
<p>ОПК-1, ОПК-2, ОПК-3, ОПК-4, ОПК-5, ОПК-6, ОПК-7</p>	<p>Показывает высокий уровень знания материала программы, учебной, периодической и монографической литературы, раскрывает основные понятия и проводит их анализ на основании позиций различных авторов. Использует современные подходы и источники информации.</p>	<p>В целом ответ соответствует критериям высокого уровня, но в изложении допущены небольшие пробелы, не исказившие содержание ответа.</p>	<p>Показывает достаточные знания учебного и лекционного материала, но при ответе отсутствует должная связь между анализом, аргументацией и выводами. Недостаточно изучены современные источники информации.</p>	<p>В ответе не раскрыто основное содержание учебного материала, обнаружено незнание или непонимание большей или наиболее важной части учебного материала, продемонстрировано неумение пользоваться современными источниками информации.</p>

ОПК-1, ОПК-2, ОПК-3, ОПК-4, ОПК-5, ОПК-6, ОПК-7	<p>Профессионально, грамотно, последовательно, хорошим языком четко излагает материал, аргументировано формулирует выводы.</p> <p>Показывает умение иллюстрировать теоретические положения конкретными примерами, применять их в предложенной ситуации.</p>	<p>В целом ответ соответствует критериям высокого уровня, но допущены один – два недочета при освещении основного содержания ответа, исправленные по замечанию членов ГАК.</p>	<p>Владеет практическими навыками, привлекает иллюстративный материал, но допущены ошибки в определении понятий, использовании терминологии, исправленные после наводящих вопросов.</p> <p>На поставленные членами комиссии вопросы отвечает неуверенно, допускает погрешности.</p>	<p>Проявляет незнание практики рекламной индустрии. Допускает ошибки в определении понятий, при использовании терминологии, которые не исправлены после наводящих вопросов; показывает, что не сформированы компетенции.</p>
-------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

2.2.2. Типовые контрольные задания или иные материалы

Часть 1. Анализ монографии

Формируемые компетенции: УК-1; УК-2; УК-3; УК-4; УК-5; УК-6, УК-7, УК-8, УК-9, УК-10; ОПК-1; ОПК-2; ОПК-3; ОПК-4; ОПК-5; ОПК-6; ОПК-7

1. Благов Ю. Е. Корпоративная социальная ответственность. Эволюция концепции. М.: Высшая школа менеджмента, 2015. 272 с.
2. Глазова Л. Зачем пиарщику линейка? Советы по измерениям коммуникаций. М.: Альпина Паблшер, 2021. 168 с.
3. Дебрэ Р. Введение в медиологию. – М.: Праксис, 2010. – 368 с.
4. Кастельс М. Власть коммуникации / под науч. ред. А.И. Черных. М. : Изд. дом Высшей школы экономики, 2016. 564 с.
5. Ловинк Г. Критическая теория интернета. Москва: Ад Маргинем Пресс, 2019. 304 с.
6. Лотман Ю.М. Культура и взрыв. М.: Гнозис, 1992. 272 с.
7. Маккуайр С. Геомедиа. М.: Strelka Press, 2018. 266 с.
8. Маклюэн М. Понимание Media: Внешние расширения человека. М.: Канон-Пресс-Ц, Кучково поле, 2003. 464 с.
9. Мейер Э. Карта культурных различий. Как люди думают, руководят и добиваются целей в международной среде. М., 2019. 282 с.
10. Мортон Т. Гиперобъекты: Философия и экология после конца мира. Пермь: Гиле Пресс, 2019. 284 с.
11. Общество знаниевых кочевников / под ред. Джона У. Моравеца. – Томск: Издательский Дом Томского государственного университета, 2018. 346 с.
12. Пригожин И., Стенгерс И. Порядок из хаоса. Новый диалог человека с природой. М.: Прогресс, 1986.
13. Урри Дж. Социология за пределами обществ. Виды мобильности для XXI столетия. М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2012. 335 с.

14. Франкель Н. Партнерство и спонсорство в event-индустрии. Игра в долгую. СПб: Питер, 2021. 240 с.
15. Степин В.С. Теоретическое знание. М., Прогресс, 2000. 800 с.

Часть 2. Теоретические вопросы

1. Понятие о коммуникации: феномен коммуникации и возможности его изучения. (УК-1)
2. Соотношение понятий: СМИ, массовые коммуникации, медиа, медиакommunikation. (УК-1)
3. Ключевые характеристики медиакommunikation в современном мире. (ОПК-5)
4. Медиа система современной России. (ОПК-5)
5. Законодательство о медиа: источники, ограничительная политика. (УК-10)
6. Организация деятельности массмедиа. (ОПК-2, ОПК-5)
7. Отношения массмедиа с гражданами и организациями. (ОПК-2, ОПК-4, ОПК-5)
8. Этическое регулирование массмедиа. (ОПК-7)
9. Современное состояние и тенденции развития печатных массмедиа. (ОПК-1, ОПК-4, ОПК-5)
10. Российские ИА в условиях развития новых информационных технологий. (ОПК-1, ОПК-4, ОПК-5)
11. Основные сегменты системы радиовещания. Типы и форматы радиостанций. (ОПК-1, ОПК-4, ОПК-5)
12. Производство телевизионного контента. Телеканалы. (ОПК-1, ОПК-4, ОПК-5)
13. Особенности потребления и аудитория онлайн-СМИ. Контент онлайн-СМИ. (ОПК-1, ОПК-4, ОПК-5)
14. Бизнес-модели онлайн-СМИ. Перспективы развития онлайн-СМИ. (ОПК-1, ОПК-4, ОПК-5)
15. Общая характеристика и особенности функционирования социальные медиа. (ОПК-1, ОПК-4, ОПК-5)
16. Блогеры, инфлюенсеры и «новые профессионалы». (ОПК-1, ОПК-4, ОПК-3, ОПК-5)
17. Актуальные тенденции развития российских социальных медиа. (ОПК-1, ОПК-4, ОПК-5)
18. Книгоиздательская деятельность. Основные тенденции развития книгоиздательской отрасли на современном этапе. (ОПК-1, ОПК-4, ОПК-3, ОПК-5)
19. Основные этапы развития отечественного кино. Государственная поддержка и регулирование в сфере кинематографии РФ. (ОПК-1, ОПК-3, ОПК-4, ОПК-5)
20. Становление мелиарекламного рынка в современной России. (ОПК-5, УК-10)
21. Реклама как основа бизнес-модели российских медиа. (УК-6, УК-2, ОПК-5)
22. Реклама в контенте медиа. (ОПК-1, УК-2, УК-3)
23. Основные тенденции развития связей с общественностью. Типы коммуникаций в связях с общественностью. (УК-7, УК-6, УК-2, ОПК-5)
24. Экономическая история российской медиасистемы. (УК-10, ОПК-5)
25. Особенности российских медиакompanies. (ОПК-5, ОПК-7, УК-2)
26. Характеристика и типология аудитории. Аудитория различных массмедиа. (ОПК-4, УК-2, УК-5, УК-9)
27. Определение понятия «медиа контент». Виды контента. (УК-2, УК-3, УК-4, ОПК-1)
28. Принципы распространения контента и феномен отчужденных площадок. (УК-3, УК-4, УК-8, ОПК-1)
29. Понятие и особенности подготовки медиапроектов. Этапы разработки и реализации медиапроектов. (УК-3, УК-4, ОПК-1)

30. Возможности мультимедийных ресурсов. Медиаплатформы как новые платформы распространения контента. (ОПК-6)

2.2.3. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания результатов освоения образовательной программы

Междисциплинарный государственный экзамен принимает Государственная экзаменационная комиссия (ГЭК). К началу экзамена должны быть подготовлены:

- копия приказа о составе государственной экзаменационной комиссии;
- копия приказа о допуске к государственной итоговой аттестации;
- программа государственной итоговой аттестации;
- экзаменационные билеты;
- зачетные книжки;
- список студентов, сдающих экзамен в соответствующий день;
- бланки протоколов сдачи экзамена;
- чистая бумага со штампом РГГУ
- нормативные документы (Конституция РФ, Закон о СМИ и др.).

Экзаменационный билет содержит два вопроса из разных разделов программы. Эти вопросы отражают содержание дисциплин, вынесенных на междисциплинарный государственный экзамен, и носят междисциплинарный характер. Основные формулировки экзаменационных вопросов опираются на контрольные вопросы по дисциплинам экзамена, которые указаны в Программе госэкзамена. Ответы на эти вопросы должны демонстрировать уровень теоретической и профессиональной подготовки выпускника, самостоятельность его мышления, владение профессиональными знаниями и профессиональной лексикой.

Максимальное время на подготовку к ответу – 40 минут.

В ходе экзамена студенты имеют право пользоваться данной программой, законодательными и правовыми актами Российской Федерации и местных органов власти. Не допускается использование конспектов, справочной, профессиональной и учебной литературы; электронных средств (мобильных телефонов, планшетов, ноутбуков и т.п.). В случае нарушения указанных правил студент удаляется с экзамена и получает оценку «неудовлетворительно».

Члены Государственной экзаменационной комиссии имеют право задавать студентам дополнительные вопросы в рамках вопросов билета.

2.3. Учебно-методическое и информационное обеспечение государственного экзамена

1. Адамьянц, Т. З. Социальные коммуникации: учебник для вузов / Т. З. Адамьянц. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 200 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-06898-6. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/516353>

2. Аникин Б.А. Аутсорсинг и аутстаффинг: высокие технологии менеджмента: учеб. Пособие / Б.А. Аникин, И.Л. Рудая. М.: Инфра-М, 2019. 330 с. URL: <https://new.znanium.com/catalog/product/1031919>

3. Боголюбова, Н. М. Межкультурная коммуникация: учебник для вузов / Н. М. Боголюбова, Ю. В. Николаева. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 582 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-16204-2. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/530613>

4. Даутова, О.Б. Образовательная коммуникация: традиционные и инновационные технологии: учебно-метод. пособие / О.Б. Даутова. — Санкт-Петербург: КАРО, 2018. — 176 с. — (Петербургский вектор внедрения ФГОС ООО). - ISBN 978-5-9925-1360-8. - Текст: электронный. - URL: <https://new.znanium.com/catalog/product/1044068>

5. Дзялошинский, И. М. Современный медиатекст. Особенности создания и функционирования: учебник для вузов / И. М. Дзялошинский, М. А. Пильгун. — 2-е изд.,

испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 345 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11621-2. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/517871>

6. Зельдович, Б. З. Медиаменеджмент: учебник для вузов / Б. З. Зельдович. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 293 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11729-5. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/518357>

7. Емельянова, И. Н. Основы научной деятельности студента. Магистерская диссертация: учебное пособие для вузов / И. Н. Емельянова. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 115 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-09444-2. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/494080>

8. Информационная безопасность и защита информации: учеб. пособие / Баранова Е.К., Бабаш А.В. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва: РИОР: ИНФРА-М, 2019. — 322 с. — (Высшее образование). — www.dx.doi.org/10.12737/11380. - Текст: электронный. - URL: <https://new.znaniy.com/catalog/product/1009606>

9. Крайнов, Г. Н. Технология подготовки и реализации кампании по рекламе и PR: учебное пособие для вузов / Г. Н. Крайнов. — 3-е изд., стер. — Санкт-Петербург: Лань, 2022. — 372 с. — ISBN 978-5-8114-8968-8. — Текст: электронный// Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/185976>

10. Кузнецов, П. А. Копирайтинг & спичрайтинг. Эффективные рекламные и PR-технологии: пособие / П. А. Кузнецов. - 3-е изд. - Москва: Дашков и К, 2021. - 131 с. - ISBN 978-5-394-04258-4. - Текст: электронный. - URL: <https://znaniy.com/catalog/product/1232028>

11. Кукушкина, В. В. Организация научно-исследовательской работы студентов (магистров): учебное пособие / В. В. Кукушкина. — Москва: ИНФРА-М, 2021. — 264 с. — (Высшее образование: Магистратура). - ISBN 978-5-16-004167-4. - Текст: электронный. - URL: <https://znaniy.com/catalog/product/1157859>

12. Литвина, Т. В. Дизайн новых медиа: учебник для вузов / Т. В. Литвина. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2019. — 181 с. — (Университеты России). — ISBN 978-5-534-10964-1. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://bibli-online.ru/bcode/444485>

13. Леушкин, Р. В. Теория социальной коммуникации: актуальные проблемы: учебное пособие / Р. В. Леушкин; под редакцией М. П. Волкова. — Ульяновск: УлГТУ, 2021. — 203 с. — ISBN 978-5-9795-2156-5. — Текст: электронный // Лань: электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/259781>

14. Овчаров, А. О. Методология научного исследования: учебник / А.О. Овчаров, Т.Н. Овчарова. — Москва: ИНФРА-М, 2019. — 304 с. + Доп. материалы [Электронный ресурс; Режим доступа <http://new.znaniy.com>]. — (Высшее образование: Магистратура). — www.dx.doi.org/10.12737/357. - ISBN 978-5-16-100943-7. - Текст: электронный. - URL: <https://new.znaniy.com/catalog/product/989954>

15. Селезнева, Л. В. Подготовка рекламного и PR-текста: учебное пособие для вузов / Л. В. Селезнева. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 159 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-04084-5. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/492732>

16. Скибицкий, Э. Г. Научные коммуникации: учебное пособие для вузов / Э. Г. Скибицкий, Е. Т. Китова. — 2-е изд. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 204 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08934-9. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/516960>

17. Советов, Б. Я. Информационные технологии: теоретические основы: учебник для спо / Б. Я. Советов, В. В. Цехановский. — Санкт-Петербург: Лань, 2021. — 444 с. — ISBN 978-5-8114-6920-8. — Текст: электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/153674>

18. Современный медиатекст: учеб. пособие / отв. ред. Н.А. Кузьмина. - 4-е изд., стер. - Москва: ФЛИНТА, 2019. - 412 с.- Текст: электронный. - URL: <https://new.znanium.com/catalog/product/1042225>

19. Тульчинский, Г. Л. Корпоративная социальная ответственность: технологии и оценка эффективности: учебник и практикум для вузов / Г. Л. Тульчинский. — М.: Издательство Юрайт, 2022. — 338 с. // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/489144>

20. Хорольский, В. В. Социокультурные аспекты глобализации масс-медиа: курс лекций / В. В. Хорольский. - 3-е изд., стер. - Москва: ФЛИНТА, 2020. - 175 с. - ISBN 978-5-9765-2469-9. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1150923>

21. Яскевич, Я. С. Философия и методология социальных наук. Проблемы социальной коммуникации: учебное пособие для вузов / Я. С. Яскевич, В. Л. Васюков. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 246 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-06921-1. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/516505>

Монографии:

22. Кириллова, Н. Б. Медиалогия как синтез наук: монография / Н. Б. Кириллова. — Москва: Академический Проект, 2020. — 368 с. — ISBN 978-5-8291-2678-0. — Текст: электронный // Лань: электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/133156>

23. Хорольский, В. В. Медийность текстов в средствах массовой коммуникации: монография / В. В. Хорольский. - 3-е изд., стер. - Москва: ФЛИНТА, 2020. - 243 с. - ISBN 978-5-9765-2468-2. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1150925>

Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

- Национальная электронная библиотека (НЭБ) www.rusneb.ru
- ELibrary.ru Научная электронная библиотека www.elibrary.ru
- Электронная библиотека Grebennikon.ru www.grebennikon.ru

Сайты российских коммуникативных агентств и ассоциаций

1. <http://www.asi.org.ru> - Агентство социальной информации (АСИ)
2. <http://www.fep.ru> - Фонд эффективной политики (ФЭП)
3. <http://www.gortis.ru> - Исследовательская фирма «ГОРТИС»
4. <http://www.ht.ru-HR> - Лаборатория «Гуманитарные технологии». Управление персоналом, кадровый консалтинг, психологическая помощь
5. <http://www.irnage-contact.ru> - Консалтинговая группа «ИМИДЖ-Контакт»
6. <http://www.imageland.ru> - Агентство «Imageland Public Relations Agency»
7. <http://www.mikh-partn.ru> - Агентство «Михайлов и партнеры. Управление стратегическими коммуникациями»
8. <http://www.pnews.ru> - Специализированное агентство «PRNews» по мониторингу СМИ и анализу PR-кампаний
9. <http://www.raso.ru> - Российская ассоциация по связям с общественностью
10. <http://www.wciom.ru> - Всероссийский центр изучения общественного мнения Интернет-версии СМИ и библиотеки
11. <http://www.allreklama.ru> – представлена коллекция материалов по проблемам рекламы, маркетинга, PR, а также о мифах рекламы
12. <http://www.evartist.narod.ru> - Библиотека литературы по журналистике, рекламе и PR
13. <http://www.inosmi.ru> - обзор иностранной прессы на русском языке

14. <http://www.pr-newsspb.ru> - Газета«PR-news». Сайт для специалистов по PR и рекламе, студентов, преподавателей. Освещаются проблемы современных российских и зарубежных PR, новые PR-технологии, публикуются результаты различных PR-исследований

Сайты международных и национальных коммуникативных ассоциаций

1. <http://www.aici.org>-сайт международной некоммерческой ассоциации профессионалов в сфере работы над имиджем Association of Image Consultants International (AICI)
2. <http://www.bprca.be>-сайт Бельгийской ассоциации PR(ICCO)
3. <http://www.cprs.ca>-сайт PR-общества Канады (CPRS)
4. <http://www.euprera.org>-сайт Европейской ассоциации по исследованиям и образованию в области PR(European public relations education& resear cassociation (EUPRERA)
5. <http://www.impulse-research.com/prlist.html>-ссылки на ресурсы по всему миру. Список включает в себя 263 американских агентства, 119 агентств в других странах и 145 профессиональных ассоциаций
6. <http://www.ipranet.org>-сайт Международной ассоциации PR(IPRA). <http://www.iprs.org.sg>-сайт Института PR Сингапура (IPRS)
7. <http://www.martex.co.uk>-сайт Ассоциации PR-консультантов Великобритании
8. <http://www.nsprra.org>-сайт Национальной ассоциации вузов, специализирующихся на PR(NSPRA)
9. <http://www.precis.se>-сайт Ассоциации шведских консультантов по связям с общественностью (PRECIS)
10. <http://www.pria.com.au>-сайт Института PR Австралии (PRIA)
11. <http://www.prineurope.com>-сайт Европейской конфедерации по связям с общественностью (CERP)
12. <http://www.prisa.co.za>-сайт Южноафриканского общества PR(PRISA)
13. <http://www.prsa.org>-сайт PR-общества Америки (PRSA). PR-общество Америки является самой большой организацией мира, объединяющей известнейших практиков в области связей с общественностью
14. <http://www.prsj.or.jp>-сайт японского общества PR(PRSJ)
15. <http://www.prweekuk.com/uk>-Интернет-версия одного из крупнейших изданий о PR«PR-Week»
16. <http://www.publicrelations.at>-сайт PR-союза Австрии (PRVA)
17. <http://www.un.org>-официальный сайт ООН
18. <http://www.womcom.org>-сайт Ассоциации женщин в сфере коммуникаций
19. <http://www.iabc.com>-сайт Международной ассоциации коммуникаторов в сфере бизнеса (IABC)
20. <http://www.prinz.org.nz>-сайт Новозеландского института связей с общественностью

3. Рекомендации по подготовке и оформлению ВКР

3.1. Общие требования к содержанию и оформлению ВКР

Выпускная квалификационная работа (ВКР) бакалавра представляет собой выполненную обучающимся индивидуально письменную работу, демонстрирующую уровень подготовленности выпускника к самостоятельной профессиональной деятельности.

Выпускная квалификационная работа выполняется в форме, устанавливаемой ОП ВО в соответствии с требованиями ФГОС 42.03.05 по направлению «Медиакоммуникации».

Цель ВКР – оценить степень освоения общекультурных и профессиональных компетенций, заявленных в ФГОС, необходимых при выполнении задач профессиональной деятельности следующих направлений: .

Задачи:

- 1) оценить способность к авторскому созданию текстовых, визуальных и мультимедийных материалов и документов, используемых в медиасфере;
- 2) оценить способность разрабатывать, организовывать и проводить междисциплинарную исследовательскую работу;
- 3) оценить способность разрабатывать механизмы и принципы функционирования различных аспектов деятельности в области медиакоммуникаций;
- 4) оценить понимание научных подходов в области управления к различным объектам в медиасфере;
- 5) оценить умения вводить теоретические знания в области медиа в новый контекст конкретных задач;
- 6) оценить способность презентовать результаты своего труда и вести дискуссии в профессиональной области, аргументированно доказывать свою позицию;
- 7) оценить уровень сформированности компетенций по работе с информацией, приобретенных бакалавром за время обучения по ОПОП:
 - умение обобщать массивы теоретического и эмпирического материала и занимать по отношению к ним обоснованную собственную позицию;
 - умение видеть противоречия и трудности в материале, с которым осуществляется работа, и в собственном тексте;
 - умение представлять результаты работы в формате, принятом в соответствующей научной дисциплине или в удобном для работодателя;
- 8) оценить уровень сформированности компетенций в области организации проекта и профессиональной коммуникации, приобретенных бакалавром за время обучения по ОПОП:
 - умение организовывать свой проект, реалистично ставить цели и задачи, распределять время, необходимое для осуществления проекта с учетом взаимодействия в его рамках с другими людьми (научным руководителем, оппонентами, работодателями);
 - умение слышать критику и принимать ее, в случае ее убедительности, при внесении корректив в свой выпускной квалификационный проект;
- 9) продемонстрировать умение бакалавра работать с источниками и литературой, твердо понимать различие между объектом и инструментами своего анализа, наличие обоснованного критического отношения как к информации собственных источников, так и к богатству интерпретаций, с которыми бакалавру пришлось ознакомиться для написания ВКР;
- 10) продемонстрировать умение соотносить эмпирический материал и теоретический контекст, умение самостоятельно находить теоретическую литературу, подходящую для работы с конкретным эмпирическим материалом, и умение видеть те ограничения и особенности, которые накладывает специфика конкретного материала на возможность применения к нему найденной теоретической литературы.

ВКР должна соответствовать нормативам, заложенным в следующих документах:

ГОСТ Р 7.0.11-2011 Диссертация и автореферат диссертации: структура и правила оформления.

ГОСТ Р 7.0.4-2006 Система стандартов по информации, библиотечному и издательскому делу. Издания. Выходные сведения. Общие требования и правила оформления

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

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

ГОСТ Р 7.0.12-2011 (ИСО 832:1994) Система стандартов по информации, библиотечному и издательскому делу. Библиографическая запись. Сокращение слов и словосочетаний на иностранных европейских языках

ГОСТ 7.80-2000 Система стандартов по информации, библиотечному и издательскому делу. Библиографическая запись. Заголовок. Общие требования и правила составления

ГОСТ Р 1.5-2004 Стандарты национальные Российской Федерации. Правила построения, изложения, оформления и обозначения

ГОСТ 2.105-95 Единая система конструкторской документации. Общие требования к текстовым документам.

Тема, структура и объем выпускной квалификационной работы.

Тема работы: желательно, чтобы тема ВКР была сопряжена с базой преддипломной практики. Тема работы может начинаться со слов: система, механизмы, организационные аспекты, методы. Допускается и другой вариант по согласованию с научным руководителем и заведующим кафедрой. При этом в теме должны присутствовать слова из дискурса медиасферы, например, *коммуникации, практики, медиатехнологии, имидж* и т.д.

Работа состоит из следующих структурных элементов:

- а) титульный лист;
- б) оглавление (или содержание);
- в) текст ВКР: 1) введение, 2) основная часть (состоит из 3-х глав), 3) заключение;
- г) список источников и литературы;
- з) приложения*.

* Приложения не являются обязательными элементами структуры ВКР.

Работа должна быть выполнена печатным способом с использованием компьютера и принтера на одной стороне листа белой бумаги одного сорта формата А4 (210x297 мм) через *полтора интервала* и размером шрифта Times New Roman *14 пунктов*. В работе не допускается использование шрифта разных гарнитур.

Выпускная квалификационная работа должна иметь 80-100 стр. машинописного текста (без приложений). Работа с меньшим количеством страниц к защите не допускается.

Таблица № 2

Размер структурных компонентов ВКР

<i>Структурная единица</i>	<i>Страницы</i>	<i>Тыс. знаков</i>	<i>Примечание</i>
Введение	4 - 6	7-10	
Основная часть -3 главы	60 - 80	100-140	Объемы глав отличаются не более чем на 5 стр., главы разделены на параграфы (подразделы)
Заключение	5 - 7	10-13	
Список источников и литературы	4 - 7	6-12 Не менее 70 Источников	См. структура списка источников 5 источников на иностр. языке
Приложения			Не более 20 стр.
ИТОГО	80-100		

ВКР должна иметь *твердый переплет*.

Страницы работы должны иметь следующие поля: *левое – 25 мм, правое – 10 мм, верхнее – 20 мм, нижнее – 20 мм. Абзацный отступ* должен быть одинаковым по всему тексту и равен *5 знакам*. Выравнивание по ширине.

Все страницы работы, включая иллюстрации и приложения, нумеруются по порядку без пропусков и повторений.

Первой страницей считается титульный лист, на котором нумерация страниц не ставится, на следующей странице ставится цифра «2» и т.д. *Порядковый номер* страницы печатают *на середине верхнего поля страницы*.

Оформление текста ВКР

Все структурные элементы начинаются с *новой* страницы и имеют соответствующий заголовок (параграф отдельной структурной единицей НЕ является). Заголовки располагаются посередине страницы и указываются прописными буквами без кавычек и точки в конце, выделяются полужирным шрифтом. Переносить слова в заголовке не допускается. Заголовки оглавления должны точно повторять заголовки в тексте.

Титульный лист оформляется в соответствии с требованиями и обязательно содержит ФИО магистранта, тему ВКР, направление подготовки, название программы, ФИО, ученую степень и звание научного руководителя. *Содержание*. Первый после «Титульного» лист раскрывает структуру работы, на нем последовательно перечисляются все структурные части работы и указываются *их страницы*. Этот лист может называться *Оглавлением* – если структурные части (разделы) основной части названы главами, а подразделы параграфами. Перед названием раздела стоит слово «глава» и ее номер. Или *Содержанием*, если разделы указаны только номером, и названием (пункт и подпункт). Структурные элементы: Введение, Название Глав, Заключение, Список используемых источников и т.д. оформляются *единым шрифтом* (можно заглавными буквами).

В работе используется *только научный стиль* русского языка. Профессиональные жаргонизмы требуют раскрытия понятия.

Введение ВКР включает в себя следующие обязательные основные структурные элементы:

- актуальность темы исследования;
- степень ее разработанности;
- объект – предмет, цели и задачи;
- методологию и методы исследования;
- научную новизну, (теоретическую) и практическую значимость работы;
- степень достоверности и апробацию результатов (выступление на конференциях и публикации по теме работы).

Название каждой структурной единицы *выделяется курсивом* в тексте Введения.

Основной текст должен быть разделен на главы и параграфы или разделы и подразделы (пункты-подпункты), *которые имеют название и нумерацию арабскими цифрами*. Переносить слова в заголовке не допускается. Заголовки отделяют от текста сверху и снизу тремя интервалами.

Каждая глава обязательно заканчивается выводом. Указывается фраза «*Вывод по главе №...*» с необходимым текстом, объемом в 0.5-1 стр. Фраза «*Выводы по главе №...*» в Содержании работы *НЕ указывается*.

Таблицы являются одним из способов оформления текста работы. Название таблицы размещается *справа* над ней без абзацного отступа, в одной строке с ее номером через точку (14 шрифтом), нумерация сквозная.

Внутри таблицы используется *12 шрифт, интервал 1,0*. Таблица занимает место от левого до правого поля страницы. На все таблицы должны быть приведены ссылки в тексте работы. При ссылке следует писать слово (см. Таблицу №) с указанием ее номера. Таблица размером более 1 страницы выносится в Приложение.

Иллюстративный материал может быть представлен *рисунками, фотографиями, картами, нотами, графиками, чертежами, схемами, диаграммами и другим подобным материалом*. Иллюстрации, используемые в диссертации, размещают *под текстом*, в котором впервые дана ссылка на них, или на следующей странице, а при необходимости – в

Приложении к работе. Иллюстрации нумеруют *арабскими цифрами сквозной нумерацией* или в пределах главы (раздела). На все иллюстрации должны быть приведены ссылки в тексте диссертации.

При ссылке на данную иллюстрацию следует писать слово «Рисунок» с указанием *его номера*. Иллюстративный материал оформляют в соответствии с требованиями ГОСТ 2.105. (межгосударственный стандарт). Размер иллюстрации не должен быть больше одной трети (1/3) страницы.

Все *таблицы и рисунки* должны иметь *ссылку на источник* (если таблица или рисунок сделаны автором ВКР, то указать: «*составлено автором на основе...*» или «*составлено автором*»). Сноска на источник оформляется в виде *Примечания под таблицей.

Буквы греческого алфавита, формулы, отдельные условные знаки допускается вписывать от руки черной пастой или черной тушью.

В работе соблюдается принцип единообразия в оформлении. *Нельзя* использовать декоративные элементы Word (стрелки, звездочки), в том числе при перечислении.

Библиографические ссылки в тексте диссертации оформляют в соответствии с требованиями ГОСТ Р 7.0.5. *только подстрочными, вынесенными из текста вниз полосы документа (в сноску)*. Примеры оформления см. ниже в Методических рекомендациях по написанию работы. Сноски нумеруются *последовательно (сквозная нумерация по всему тексту)*. Использовать для описания источника *шрифт 10*.

Внутри Основного текста *НЕ допускаются* нарушение интервалов, дополнительные выделения, необоснованное дробление текста на подразделы. Перечисление должно заканчиваться авторским текстом. Раздел работы *НЕ может* начинаться и заканчиваться цитатой, иллюстрацией или таблицей.

Заключение – в этом разделе обобщаются достигнутые результаты, делается вывод о выполнении поставленных задач и достижении цели, формулируются практические результаты, указываются перспективы развития данного исследования.

Список используемых источников и литературы должен состоять *более чем из 70 источников*. Из них 70% должны быть не старше 5 лет. А также обязательно наличие *не менее чем 5 источников на иностранных языках*. *Рекомендовано использование публикаций ППС кафедры теории и практики общественных связей факультета рекламы и связей с общественностью РГГУ (не менее 3)*.

Описание источника делается в соответствии с ГОСТ Р 7.0.5-2008. Все источники нумеруются *в сквозном порядке*.

Список источников и литературы – этот раздел имеет собственную иерархическую структуру, в соответствии со значимостью документов. Внутри каждого подраздела описания источников располагаются в алфавитном порядке.

Структура списка источников и литературы:

1. Официальные и нормативно-правовые документы – законы, постановления, указы, Госты и т.д.
2. Книги (русские, на иностранном языке)
3. Периодические издания (русские, на иностранном языке, в том числе в изданиях сети интернет)
4. Коллективные издания – сборники статей и тезисов, материалы конференций (русские, на иностранном языке, в том числе в изданиях сети интернет)
5. Справочные издания (русские, на иностранном языке) (словари, энциклопедии, справочники)
5. Депонированные издания (авторефераты и диссертации) (русские, на иностранном языке)
6. Неопубликованные источники: архивы, внутренние документы компании (русские, на иностранном языке)
7. Интернет источники (сайты, ресурсы) (русские, на иностранном языке).

Приложения (в случае необходимости) содержат не вошедшие в основной текст ВКР материалы. В приложениях могут быть приведены отдельные рисунки и таблицы, а также документы, проекты документов, рабочие расшифровки интервью, протоколы наблюдений, переводы и прочие материалы, наличие которых обусловлено необходимостью согласно теме ВКР. Каждое приложение должно начинаться с нового листа с указанием вверху листа слова «Приложение» и номера приложения, и иметь тематический заголовок. Допускается использование приложений нестандартного размера, которые в сложенном виде соответствуют формату А4.

3.2. Оценочные материалы для ВКР

3.2.1. Описание показателей, критериев и шкалы оценивания

Интегральная оценка является результатом определения качества работы по следующим показателям, каждый из которых оценивается в своем диапазоне баллов и вносит вес: качество представленного материала работы, качество презентации и защиты, наличие внедрения результатов работы и ее апробации в научном и профессиональном мире.

Конверсия баллов в оценку и в уровень сформированности компетенций

Оценка	Критерии оценки
отлично	Высокий
хорошо	Повышенный
удовлетворительно	Базовый
неудовлетворительно	Недостаточный

Критерии оценивания уровня сформированности компетенций ФГОС по направлению подготовки Реклама и связи с общественностью, проверяемые во время защиты ВКР

Код	Критерии оценивания уровня сформированности компетенции			
	Высокий уровень	Повышенный уровень	Базовый уровень	Недостаточный уровень
УК-1; УК-2; УК-3	Представлены расчеты эффективности предлагаемых решений При защите – уверенно аргументирует свои расчеты	Работа в целом соответствует высокому уровню. При защите – в ответах на вопросы допускает неточности.	Не понимает методов расчета эффективности предлагаемых решений.	Не представлены никакие расчеты эффективности. При защите работы - не владеет материалом текста работы

УК-1. КУ-9. УК-10	Обоснована правовая легитимность предлагаемых решений. В источниках присутствуют нормативно-правовые документы, связанные с рекламой и связями с общественностью. При защите - демонстрирует знание нормативной базы и своей гражданской позиции	Работа в целом соответствует высокому уровню.	В работе отсутствуют источники, связанные нормативно-правовым обеспечением. При защите – демонстрирует знание отдельных правовых документов.	В работе отсутствуют источники, связанные нормативно-правовым обеспечением. При защите - не отвечает на вопросы, связанные с нормативно-правовым обеспечением рекламной деятельности.
УК-4; УК-5. УК-8	Работа выполнена с использованием научного стиля русского языка, в работе использованы источники на иностранном языке. При защите демонстрирует свободное владение материалом, уверенный ответ на вопросы	Есть стилистические погрешности. При защите уверенно отвечает на часть вопросов	В тексте работы многочисленные замечания по грамотному использованию русского языка и специальной терминологии	Текст работы не соответствует требованиям
УК-6. УК-7	Работа выполнена в установленные сроки в соответствии с заявленной процедурой, соблюдены все требования к оформлению работы.	Работа полностью соответствует высокому уровню.	Работа выполнена с отдельными нарушениями требований.	Работа выполнена с нарушениями требований и указанных процедур.
ОПК- 1; ОПК-2; ПК-2	Тема работы соответствует месту прохождения практики, обоснована актуальность работы, определены объект и предмет, цель и задачи, подобраны адекватные методы исследования, результаты работы хорошо аргументированы и имеют практическую значимость. При защите – продемонстрировано свободное владение материалом и уверенный ответ на вопросы	Работа в целом соответствует высокому уровню. При защите уверенно отвечает на часть вопросов	Актуальность не обоснована. Цель поставлена некорректно, результаты работы в основном не выполняют поставленные задачи. При защите - в ответах на вопросы допускает неточности, в материале работы ориентируется плохо.	В работе отсутствует исследовательская матрица. Результаты работы не аргументированы. При защите – не владеет материалом текста работы
ОПК- 3; ПК-2	В соответствии с темой работы представлены авторские разработки текстов для рекламы и связей с общественностью. Имеется научное обоснование выбора художественно-выразительных средств, определена их качественные критерии и оценена коммуникативная эффективность. При защите – продемонстрировано свободное владение материалом и уверенный ответ на вопросы	Работа в целом соответствует высокому уровню. При защите - уверенно отвечает на часть вопросов	Нет научного обоснования предлагаемых творческих решений и текстов. При защите - в ответах на вопросы допускает неточности, в материале работы ориентируется плохо.	В работе отсутствуют самостоятельные разработки и выводы При защите – не владеет материалом текста работы

ОПК-4; ПК-4	Проведен комплексный анализ теоретических источников, показана их связь с практикой организации коммуникативной деятельности компании, ее коммуникационных кампаний и отдельных мероприятий. Результаты сопоставлены с деятельностью конкурентов. При защите – продемонстрировано свободное владение материалом и уверенный ответ на вопросы	Работа в целом соответствует высокому уровню. При защите - уверенно отвечает на часть вопросов	Теоретическая часть логически не связана с практической. Работа имеет описательный характер. Нет сопоставительного анализа. При защите - в ответах на вопросы допускает неточности, в материале работы ориентируется плохо.	Теоретическая часть заимствована. Анализ практики отсутствует. Практическая часть непоследовательна, носит фрагментарный характер. При защите – не владеет материалом текста работы
ОПК-5; ОПК-7;	Работа базируется на разнообразных и современных источниках информации, в том числе на иностранном языке, библиографическое описание выполнено в соответствии с ГОСТ. При защите - уверенно оперирует к источникам информации.	В целом соответствует высшему уровню, есть ошибки в описании источников	Недостаточное количества источников, ошибки в оформлении библиографического описания. При защите - не знает содержание большинства источников, указанных в работе .	Недостаточное количества источников, ошибки в оформлении библиографического описания. При защите - не знает названия и содержание источников, указанных в работе .
ПК-1;	Представлен организационно-функциональный анализ и ситуационный анализ, сделаны выводы об эффективности реализации функций менеджмента, разработаны план-графики и рекомендации по улучшению планирования и организации. Проведена апробация выводов и рекомендаций. При защите – продемонстрировано свободное владение материалом и уверенный ответ на вопросы	Работа в целом соответствует высокому уровню. При защите уверенно отвечает на часть вопросов	Анализ функционирования компании проведен, но рекомендации не обоснованы. Апробации выводов нет При защите - в ответах на вопросы допускает неточности, в материале работы ориентируется плохо.	Раздел, связанный с анализом функционирования компании отсутствует При защите – не владеет материалом текста работы

3.2.2. Примерная тематика ВКР

Темы работы адаптируются под каждого студента, с учетом базы преддипломной практики.

Тематика ВКР содержит перечень *примерных* тем, поэтому допускается выбор темы ВКР, не входящей в данный перечень по согласованию с научным руководителем и заведующим кафедрой.

Перечень примерных тем ВКР

- 1 Инновации в моделировании образовательной коммуникации на примере «Электронной информационно-образовательной среды» РГГУ.
- 2 Проектирование аудиоподкаста как перспективного бренд-медиа.
- 3 Технологические инновации в городских мероприятиях на примере диджитал-выставок в городах России.
- 4 Противодействие манипулированию общественным мнением в российских СМИ.
- 5 [Инновационные практики медиаканалов на примере «Paid, Earned, Owned media»](#)
- 6 Тренды в медиакультуре современной России в 2020-2024 гг.

- 7 Организация дистрибуции вирусного контента на примере кинофильмов 2000-х гг.
- 8 Развитие форматов визуального контента на примере линейного, полуоткрытого и открытого игровых миров.
- 9 Цифровая трансформация в корпоративных коммуникациях на примере российской компании «Яндекс».
- 10 Новые практики медиабизнеса по применению технологий искусственного интеллекта.
- 11 Нейросетевые технологии как фактор трансформации производства визуального контента.
- 12 Возможности и ограничения маркетинга в социальных медиа (SMM) на примере коммуникационных активностей предприятий общественного питания.
- 13 Интеграция digital-технологий в событийные коммуникации при развитии бренда малого города.
- 14 Планирование системы коммуникаций профессионального спортивного клуба на примере футбольного клуба.
- 15 Креативные коммуникационные решения как инструмент формирования лояльности потребителей в интерактивных медиасредах.
- 16 Инновационные практики вирусных медиаканалов (shared media).
- 17 Цифровой детокс как тренд медиапотребления в сегменте аудитории в возрасте 16-21 года.
- 18 Разработка творческих идей для рекламной коммуникации с использованием образов культурного кода на примере мультфильмов и видеоигр.
- 19 Медиапроекты с лидерами мнений: опыт и тренды на примере работы строительных компаний.
- 20 Организация комплекса коммуникационных активностей для продвижения концертного тура медийной личности.
- 21 Новая мифология в современном обществе: тренды медиакультуры.
- 22 Организация представительства медийной личности в цифровой среде России.
- 23 Новые технологии продвижения креативных продуктов в сфере фото и видеопроизводства.
- 24 Особенности коммуникаций в продвижении спортивных активов на примере киберспортивных организаций.
- 25 Тренды в производстве визуального контента на примере русскоязычного комикса.
- 26 Новые практики современной информационной войны.
- 27 Разработка креативной концепции современного визуального брендинга.
- 28 Медиапланирование рекламной кампании в новых медиа в современных условиях.
- 29 Пользовательское сообщество как инструмент продвижения бренда.
- 30 Применение технологий пользовательского контента (UGC) для партнерской интеграции в продвижении бренда.
- 31 Инновации в создании аудиовизуального контента.
- 32 Организация системы коммуникаций с источниками финансирования НКО на примере..
- 33 Генерирование контента нейросетью как средство сохранения лояльности пользователей бизнес-экосистемы на примере компании.
- 34 Разработка специального мероприятия для продвижения бренда РГГУ.
- 35 Новая мифология в современном обществе как медиакультура.

3.2.3. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания

Работа над ВКР начинается не позднее второго семестра обучения на магистерской ОП и тесно связана с научно-исследовательской работой магистранта. Выполнившие программу теоретического обучения и успешно сдавшие экзамены студенты магистратуры допускаются к финальной стадии выполнения ВКР. На протяжении всех четырех семестров обучения на

подготовку, написание и апробирование отдельных частей магистерской диссертации и всей ВКР целиком отводится количество недель в соответствии с ФГОС ВПО по соответствующим направлениям. На протяжении этого времени магистрант работает с научным руководителем диссертации, контролирующим сроки и качество выполнения работы (см. в приложении примерный график работы над магистерской диссертацией).

График работы над ВКР подписывается научным руководителем магистранта и утверждается на заседании выпускающей кафедры. В случае систематического невыполнения графика работы над ВКР руководитель магистранта вправе поставить перед кафедрой и руководителем ООП вопрос о целесообразности продолжения обучения магистранта по данной магистерской программе.

На протяжении обучения по программе магистратуры магистрант должен несколько раз выступить с докладами по теме ВКР; эти выступления могут проходить на заседаниях научно-исследовательского семинара или на научных или учебно-научных конференциях. Даты и темы выступлений, и данные конференций заносятся в карту НИР обучающегося.

Кафедра представляет в деканат сведения о допуске магистрантов к защите магистерской диссертации, на основании которых оформляется приказ. В том числе указывается окончательная, не подлежащая дальнейшим изменениям, тема ВКР, указываются ФИО и регалии научного руководителя и оппонентов магистерской диссертации. Выпускные квалификационные работы магистров проходят внешнее рецензирование. Оппонентами могут быть работодатели-практики, специалисты отрасли или же представители ППС других вузов, обладающие научной степенью доктора или кандидата наук по направлению подготовки.

ВКР проверяются научными руководителями выпускающих кафедр на оригинальность и самостоятельность авторского текста в системе «Антиплагиат РГГУ» - допускаются к защите работа, оригинальность которой не менее 75%.

В итоге научный руководитель магистранта пишет Отзыв, в котором даётся оценка ВКР и допуск к защите.

Выпускные квалификационные работы по программам магистратуры подлежат внешнему рецензированию. Для проведения внешнего рецензирования выпускной квалификационной работы указанная работа, вместе с отзывом научного руководителя и справкой об оригинальности текста, направляется одному или нескольким рецензентам из числа лиц, не являющихся работниками выпускающей кафедры, факультета (института), РГГУ. Передача ВКР на рецензию должна происходить не позднее, чем за 14 календарных дней до защиты. Рецензент проводит анализ выпускной квалификационной работы и представляет письменную рецензию на указанную работу (далее – рецензия). Если выпускная квалификационная работа имеет междисциплинарный характер, она может быть направлена нескольким рецензентам.

Обучающийся должен быть ознакомлен с отзывом и рецензией (рецензиями) не позднее, чем за 10 календарных дней до защиты ВКР.

ВКР, отзыв научного руководителя и рецензия (рецензии) передаются в ГЭК не позднее, чем за 2 календарных дня до дня защиты работы.

Тексты выпускных квалификационных работ размещаются в электронно-библиотечной системе РГГУ в соответствии с установленным порядком. Доступ к текстам выпускных квалификационных работ должен быть обеспечен в соответствии с законодательством Российской Федерации, с учетом изъятия производственных, технических, экономических, организационных и других сведений, в том числе о результатах интеллектуальной деятельности в научно-технической сфере, о способах осуществления профессиональной деятельности, которые имеют действительную или потенциальную коммерческую ценность в силу неизвестности их третьим лицам, в соответствии с решением правообладателя.

Обучающийся с места прохождения преддипломной практики (или из компании, на основе данных которой делалось исследование) берет отзыв о ВКР или акт об использовании результатов работы, где указывается ее практическое значение, актуальность для данной компании и возможность внедрения предлагаемых рекомендаций. Документ создается в

свободной форме, подписывается руководителем подразделения или организации, заверяется печатью.

Защита выпускной квалификационной работы является *обязательным* испытанием, введенным в итоговую аттестацию всех выпускников, оканчивающих обучение по программам магистратуры.

Защита ВКР проходит публично на *открытом заседании* ГЭК (см. п.1.2.2). Защита ВКР проводится с участием не менее двух третей состава комиссии.

Защита представляет собой четко регламентированную процедуру:

- председатель Государственной комиссии объявляет фамилию, имя, отчество студента, название темы ВКР, научного руководителя и рецензента;
- студент делает доклад (сопровождающийся презентацией) с изложением основных положений своей работы;
- по окончании доклада автор отвечает на вопросы, которые задают как члены комиссии, так и присутствующие на защите лица;
- заслушивается отзыв рецензента работы, задача которого - охарактеризовать работу, выделив ее достоинства и недостатки или спорные моменты;
- защищающийся отвечает на замечания, содержащиеся в рецензии, и на вопросы по работе, которые могут быть заданы не только членами комиссии, но и любым из присутствующих. Ответы на вопросы должны быть доказательными, теоретически аргументированными и подкреплены фактическим материалом;
- проводится обсуждение работы, в котором может принять участие любой присутствующий на защите, число выступающих не ограничивается;
- студенту предоставляется слово для заключительного выступления, в котором он отвечает на замечания рецензента, а также отвечает на высказанные в процессе выступления замечания.

При определении оценки комиссия принимает во внимание общий уровень научно-теоретической и практической подготовки студента, а также его умение отстаивать и обосновывать свою позицию, в соответствии с уровнем освоенных компетенций. Решение об оценке принимается государственной экзаменационной комиссией на *закрытом заседании* по завершении всех назначенных на этот день защит и озвучивается в этот же день.

4. Материально-техническое обеспечение государственной итоговой аттестации

Факультет рекламы и связей с общественностью располагает следующей материально-технической базой:

- лекционными аудиториями, оборудованными видеопроекционным оборудованием для презентаций, средствами звуковоспроизведения, экраном и имеющие выход в сеть Интернет;
- помещениями для проведения семинарских и практических занятий, оборудованными учебной мебелью;
- библиотекой, имеющей рабочие места для обучающихся, оснащенные компьютерами с доступом к базам данных и сети Интернет;
- компьютерными классами.

Профессиональные базы данных и информационно-справочные системы

Доступ к профессиональным базам данных: <https://liber.rsuh.ru/ru/bases>

Информационные справочные системы:

1. Консультант Плюс
2. Гарант

Состав программного обеспечения:

1. Windows
2. Microsoft Office
3. Kaspersky Endpoint Security

Профессиональные полнотекстовые базы данных:

1. Национальная электронная библиотека (НЭБ) www.rusneb.ru
2. ELibrary.ru Научная электронная библиотека www.elibrary.ru
3. Электронная библиотека Grebennikon.ru www.grebennikon.ru

5. Особенности проведения государственной итоговой аттестации для обучающихся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья

Процедуры проведения ГИА для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья регламентируются действующим Положением о проведении государственной итоговой аттестации по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета и программам магистратуры.