

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Муромский институт (филиал)
федерального государственного бюджетного образовательного учреждения
высшего образования
**«Владимирский государственный университет
имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых»
(МИ ВлГУ)**

Кафедра ПМК

«УТВЕРЖДАЮ»
Заместитель директора по УР

_____ Д.Е. Андрианов

«16» июня 2020 г.

ПРОГРАММА ГОСУДАРСТВЕННОЙ ИТОГОВОЙ АТТЕСТАЦИИ

Направление подготовки	<i>42.03.01. Реклама и связи с общественностью</i>
Профиль подготовки	<i>Реклама в производственной и коммерческой сферах</i>
Квалификация (степень) выпускника	<i>бакалавр</i>
Форма обучения	<i>очная</i>

Муром, 2020

1. Цели государственной итоговой аттестации

Государственная итоговая аттестация (ГИА) выпускника проводится государственной экзаменационной комиссией в целях установления уровня подготовки выпускников к выполнению профессиональных задач, определения соответствия результатов освоения обучающимися образовательной программы требованиям ФГОС по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

Задачами ГИА являются:

- оценка уровня сформированности компетенций;
- принятие решения о присвоении квалификации по результатам ГИА, выдаче документа о высшем образовании и квалификации.

2. Место государственной итоговой аттестации в структуре образовательной программы высшего образования

ГИА является обязательной для обучающихся, осваивающих ОПОП, вне зависимости от форм получения образования и претендующих на получение документа о высшем образовании и квалификации.

ГИА проводится на завершающем этапе обучения после прохождения теоретического обучения и всех видов практик, предусмотренных учебным планом.

К ГИА допускается обучающийся, не имеющий академической задолженности и в полном объеме выполнивший учебный план или индивидуальный учебный план по ОПОП.

Общая трудоемкость итоговой государственной аттестации составляет 6 зачетных единиц, 216 часов. Продолжительность ГИА 4 недели.

3. Структура государственной итоговой аттестации

ГИА проводится в форме подготовки к процедуре защиты и защиты выпускной квалификационной работы

4. Требования к результатам освоения ОПОП

Выпускник, освоивший ОПОП по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль) *Реклама и связи с общественностью в коммерческой и производственной сфере* должен обладать следующими компетенциями:

Категория компетенций	Код и наименование компетенций	Код и наименование индикатора достижения компетенции
Системное и критическое мышление	УК-1 Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	УК-1.1 Применяет философские знания в процессе поиска, анализа и систематизации информации в заданной предметной сфере
Разработка реализации проектов	УК-2 Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из	УК-2.1 Планирует и выполняет задачи в зоне своей ответственности, исходя из имеющихся ресурсов и ограничений, при необхо-

	действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	димости корректирует способы решения задач
		УК-2.2 Разрабатывает решение конкретной задачи проекта, выбирая оптимальный способ ее решения, исходя из действующих правовых норм
Командная работа и лидерство	УК-3 Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	УК-3.1 Понимает социальную значимость командного взаимодействия, осознает свою роль в команде
		УК-3.2 Выстраивает эффективное социальное взаимодействие с учетом культурных традиций
Коммуникация	УК-4 Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	УК-4.1 Осуществляет деловую коммуникацию в устной и письменной формах на русском языке
		УК-4.2 Использует иностранный язык как средство делового общения и обмена информацией в устной и письменной форме
Межкультурное взаимодействие	УК-5 Способен воспринимать межкультурное многообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	УК-5.1 Анализирует многообразие общественного развития с учетом социально-исторического опыта
		УК-5.2 Применяет философские и этические знания при интерпретации современных проблем человека
		УК-5.3 Демонстрирует понимание общего и особенного в развитии культур и цивилизаций
Самоорганизация и саморазвитие (в том числе здоровьесбережение)	УК-6 Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни	УК-6.1 Определяет и реализует цели саморазвития с учетом личностных и временных ресурсов
	УК-7 Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности	УК-7.1 Применяет на практике средства физической культуры и спорта для поддержания должного уровня физической подготовленности
Безопасность жизнедеятельности	УК-8. Способен создавать и поддерживать в повседневной жизни и в профессиональной деятельности безопасные условия жизнедеятельности для сохранения природной среды,	УК-8.1 Создает и поддерживает безопасные условия жизнедеятельности для сохранения природной среды и обеспечения устойчивого развития общества, в том числе при угрозе и возникно-

	обеспечения устойчивого развития общества, в том числе при угрозе и возникновении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов	вении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов
Экономическая культура, в том числе финансовая грамотность	УК-9. Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности	УК-9.1 Обосновывает принятие экономических решений с использованием методов экономического планирования для достижения поставленных целей в профессиональной деятельности
		УК-9.2 Применяет экономические инструменты в профессиональной сфере, внедряя элементы экономической культуры и финансовой грамотности
		УК-9.3 Использует основные документы, регламентирующие экономическую деятельность в профессиональной сфере
Гражданская позиция	УК-10. Способен формировать нетерпимое отношение к проявлениям экстремизма, терроризма, коррупционному поведению и противодействовать им в профессиональной деятельности	УК-10.1 Понимает сущность коррупционного поведения, формы его проявления в различных сферах общественной жизни и умеет противодействовать им в профессиональной деятельности
		УК-10.2 Понимает сущность экстремизма и терроризма, умеет выявлять их проявления и противодействовать им в профессиональной деятельности
Продукт профессиональной деятельности	ОПК-1 Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	ОПК-1.1 Выявляет отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ
		ОПК-1.2 Осуществляет подготовку текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем
Общество и государство	ОПК-2 Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных	ОПК-2.1 Знает систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития
		ОПК-2.2 Способен учитывать основные тенденции развития общественных и государственных

	продуктах	институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов
Культура	ОПК-3 Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	ОПК-3.1 Демонстрирует кругозор в сфере отечественного и мирового культурного процесса
		ОПК-3.2 Учитывает достижения отечественной и мировой культуры, а также средства художественной выразительности в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов
Аудитория	ОПК-4 Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	ОПК-4.1 Соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп
		ОПК-4.2 Использует основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности, учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов
Медиакоммуникационная система	ОПК-5 Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	ОПК-5.1 Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях
		ОПК-5.2 Осуществляет свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы
Технологии	ОПК-6 Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности	ОПК-6.1 Отбирает для осуществления профессиональной деятельности необходимое техническое оборудование и программное обеспечение
		ОПК-6.2 Применяет современные цифровые устройства, платформы и программное обеспечение на

		всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов
Эффекты	ОПК-7 Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности	ОПК-7.1 Знает цеховые принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности
		ОПК-7.2 Осуществляет отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятыми профессиональным сообществом
Организационный	ПКО-1 Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	ПКО-1.1 Выполняет 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
		ПКО-1.2 Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии
		ПКО-1.3 Участвует в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры
Авторский	ПКО-2 Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта	ПКО-2.1 Создает тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта
		ПКО-2.2 Создает информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применяет творческие решения с учетом мирового и отечественного опыта
		ПКО-2.3 Создает основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PRкампании
		ПКО-2.4 Владеет логическими основами построения текстов рекламы и связей с общественностью

Маркетинговый	ПКО-3 Способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта	ПКО-3.1 Использует основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта
		ПКО-3.2 Принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта
		ПКО-3.3 Осуществляет мониторинг обратной связи с разными целевыми группами
Технологический	РПК-1 Способен применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций	РПК-1.1 При реализации коммуникационного продукта использует технологии медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн и онлайн среде
		РПК-1.2 При подготовке текстов рекламы и (или) связей с общественностью использует основные технологии копирайтинга в онлайн и офлайн среде
		РПК-1.3 Применяет основные технологии организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами
Социально-просветительский	РПК-2 Способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности	РПК-2.1 Участвует в продвижении социально значимых ценностей средствами связей с общественностью и рекламы
		РПК-2.2 При подготовке текстов рекламы и связей с общественностью, разработке и реализации коммуникационного продукта опирается на принципы открытости и корпоративной социальной ответственности
Редакторский	РПК-3 Способен осуществлять редакторскую деятельность в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, стилями, технологическими требованиями разных типов СМИ и других медиа	РПК-3.1 Осуществляет редактирование текстов рекламы и связей с общественностью в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, технологическими требованиями каналов трансляции коммуникационного продукта
		РПК-3.2 Контролирует соответствие формата коммуникационного продукта медиаконцепции канала

Проектный	РПК-4 Способен реализовывать алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью, используя результаты исследований, осуществлять документационное сопровождение проектов	РПК-4.1 Реализует типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью
		РПК-4.2 Готовит основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью
		РПК-4.3 Использует результаты исследований для планирования рекламной или PRкампании при создании коммуникационного продукта

5. Государственный экзамен

Не предусмотрен.

6. Выпускная квалификационная работа

6.1 Общая характеристика ВКР

Итоговая государственная аттестация (ИГА) включает защиту бакалаврской выпускной квалификационной работы. ИГА осуществляется государственной экзаменационной комиссией (ГЭК). Комиссия дает комплексную оценку уровня подготовки выпускника и соответствия его подготовки требованиям государственного образовательного стандарта, а также решает вопрос о присвоении квалификации и выдаче выпускнику соответствующего диплома о высшем образовании – бакалавра по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

6.2 Требования к ВКР

6.2.1 Требования к структуре ВКР

Выпускная квалификационная работа является заключительным этапом проведения государственных аттестационных испытаний и имеет своей целью систематизацию, обобщение и закрепление теоретических знаний, практических умений, оценку сформированности компетенций выпускника в соответствии с требованиями образовательного стандарта. Выпускная квалификационная работа представляет собой самостоятельную и завершенную научную разработку, выполненную по актуальной для данного направления науки теме.

Студенту может быть предоставлено право выбора темы выпускной квалификационной работы в порядке, установленном в институте, вплоть до предложения своей тематики с необходимым обоснованием целесообразности ее разработки для практического применения. Заявления студентов рассматриваются на заседании кафедры, решение кафедры оформляется протоколом. Впоследствии готовится приказ по институту об утверждении тем бакалаврских работ студентов, назначении научных руководителей.

Для подготовки выпускной квалификационной работы, ее технического оформления и публичной защиты на заседании ГЭК учебным планом отводится 3 недели учебного времени в завершающем обучение семестре.

Структура работы:

- титульный лист;
- задание на ВКР;
- содержание;
- введение;
- основная часть;
- заключение;
- библиографический список;
- приложения (при наличии).

Введение

Оно включает следующие составляющие:

- актуальность темы работы;
- разработанность исследуемой проблемы;
- объект и предмет;
- цель;
- задачи;
- теоретико-методологические основы исследования;
- элементы новизны (являются не обязательными, но желательными);
- научная и практическая значимость исследования
- положения, выносимые на защиту.

Глава 1. Теоретическая часть ВКР.

Проводится теоретический анализ исследуемого явления с позиций имеющихся парадигм, концепций, моделей, анализируются основные понятия данной предметной области, строится теоретическая модель дипломного исследования, представляющая собой систему критериев оценки изучаемого явления.

Глава 2. Аналитическая часть.

Анализируется материал преддипломной практики с позиций построенной теоретической модели. Выявляются факты соответствия и несоответствия содержания преддипломной практики критериям оценки изучаемого явления.

Глава 3. Практическая часть.

С учетом выявленных во второй главе проблем практического характера (несоответствий) предлагаются собственные варианты совершенствования изучаемых явлений и процессов массовых коммуникаций в виде готовых технологических продуктов (рекламных продуктов, PR и рекламных кампаний, рекомендаций по совершенствованию или оптимизации деятельности в области массовых коммуникаций).

Заключение.

Приводятся выводы в соответствии с поставленными и выполненными

задачами.

6.2.2 Требования к оформлению ВКР

Работа должна быть написана в соответствии с требованиями к оформлению ВКР.

Параметры страницы:

- поля страницы: верхнее – 2 см, нижнее – 2 см, левое – 3 см, правое – 1 см;
- шрифт: Times New Roman, кегль 14 (в таблицах можно использовать 12 или 13);
- интервал междустрочный: полуторный.

Требования к расположению текста:

- текст должен быть выровнен по ширине страницы; заголовки – по центру;

- абзацный отступ равен 1 см;
- должен быть установлен запрет висячих строк;
- страницы должны быть пронумерованы в правом верхнем углу; при нумерации следует учитывать, что первой страницей является титульный лист, на котором номер страницы не ставится, так же как и на содержании работы, таким образом, нумерация начинается с третьего листа и заканчивается последней страницей приложений;

- должен быть установлен режим автоматического переноса слов; переносы слов в заголовках не допускаются;

- каждая глава (но не параграф!) должна начинаться с новой страницы;

- не допускается отрыв текста раздела от его заголовка (не должно быть так, чтобы заголовок раздела был в конце страницы, а собственно текст раздела начинался со следующей страницы;

- не допускается перенос коротких слов (год, срок и т.д.) на новую строку, используйте опцию Формат/Шрифт/Интервал/Уплотненный на 0,2-0,4 пт;

- заголовки разделов (глав, параграфов) печатаются прописными буквами, заголовки подразделов – строчными буквами, заголовки не подчеркиваются, в конце точка не ставится; между заголовками разделов и подразделов полуторный интервал;

- заголовки подразделов отделяются от текста сверху и снизу одним интервалом;

- все заголовки форматируются по центру (при этом абзацный отступ убирается) и нумеруются арабскими цифрами; номер подраздела состоит из номера раздела и подраздела, разделенных точкой, после номера должна быть поставлена точка;

- название раздела не должно совпадать с названием всей выпускной квалификационной работы; каждый раздел выпускной квалификационной работы должен заканчиваться выводами;

- рисунки должны иметь сквозную нумерацию и подрисуночные подписи, шрифт 12, в тексте должны быть ссылки на рисунок;

– таблицы должны быть набраны шрифтом 12, иметь сквозную нумерацию и названия и ссылку в тексте на таблицу, при переносе таблиц на другую страницу головка таблицы повторяется.

6.2.3 Требования к порядку выполнения ВКР

Написанную работу вместе с отзывом научного руководителя студент передает заведующему кафедрой. Заведующий кафедрой знакомится с работой и отзывом научного руководителя и принимает решение о допуске или недопуске студента к защите работы. Кафедра организует прохождение нормоконтроля и проверку работы на антиплагиат. Оригинальность текста должна составлять не менее 50%.

Непосредственная подготовка к защите включает также подготовку необходимого иллюстративного материала для защиты дипломной работы. В качестве такого материала могут выступать различные информационные материалы, графики, таблицы, схемы. Количество иллюстративного материала, необходимого для оперативной реализации замысла, определяет сам выпускник, предварительно согласовав это с научным руководителем. Иллюстративный материал помогает лучше (достаточно наглядно, полно и оперативно) представить Государственной экзаменационной комиссии, что и как конкретно было выполнено в процессе исследовательской работы выпускником, а также какие результаты были получены.

Защита ВКР проводится в сроки, установленные календарным учебным графиком. Защита ВКР проводится на заседаниях ГЭК с участием не менее 2/3 членов от полного списочного состава комиссии, утвержденного руководством вуза. Расписание заседаний ГЭК составляется выпускающей кафедрой, согласовывается с деканатом, утверждается председателем ГЭК. Порядок защиты ВКР:

- информация председателя Государственной экзаменационной комиссии о дипломнике (фамилия, имя и отчество), теме его работы и его научном руководителе;
- выступление дипломника (представление своей дипломной работы) с использованием всего иллюстративного материала, который он подготовил и представил на защиту. На выступление дипломнику предоставляется 7-10 минут. Структура выступления студента на защите:
 - актуальность темы работы;
 - объект и предмет, цель и основные задачи дипломной работы, избранный путь их решения;
 - в логической последовательности по главам показывается, что сделано дипломником и что получено в результате исследования. Постепенно обосновываются одно за другим положения, выносимые на защиту;
 - делается вывод о степени достижения цели, поставленной в дипломной работе.
- вопросы к студенту и ответы его на них;

- слово предоставляется научному руководителю, а в случае его отсутствия зачитывается отзыв;
- если имеются замечания к студенту или к его работе, то предоставляется слово ему для ответа на них.

7. Оценочные материалы для проведения государственной итоговой аттестации

7.1 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов освоения ОПОП

Примерный перечень тем ВКР.

1. Стратегическое планирование предвыборной рекламной кампании: политико-правовой аспект;
2. Тексты в конвергентных медиа;
3. Организация рекламных фестивалей и конкурсов
4. PR-технологии в формировании имиджа женщины-политика в России;
5. Служба связей с общественностью как технология коммуникационного обеспечения деятельности организации (на примере конкретной организации).
6. Связи с общественностью и СМИ: характер и механизм взаимодействия (на примере конкретной организации)
7. Интеграция сайтов и интернет-магазинов с социальными сетями;
8. Реализация государственных интересов в сфере социальной рекламы;
9. Изучение потребностей целевых аудиторий.
10. Разработка наружной рекламы для предприятий по производству мебели

7.2 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания результатов освоения ОПОП

На заседании ГЭК оценивает каждого выпускника по общенаучной и профессиональной подготовке, а также вырабатывает комплексную оценку, которая учитывает все стороны подготовки. Для этого комиссия располагает:

- выпускной работой
- отзывом руководителя
- дополнительными материалами, представленными выпускником (справка о внедрении, публикации)
- сообщением выпускника
- ответами на вопросы.

Результаты защиты дипломных работ определяются оценками «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно». Решение принимается простым большинством голосов членов комиссии, участвующих в заседании. При равном числе голосов голос председателя является решающим.

«Отлично» ставится студенту:

- продемонстрировавшему глубокие и полные теоретические знания в области исследования, умение аргументировать выводы, умение аргументировать актуальность и практическую значимость исследования;

- представившему работу, оформленную в соответствии с требованиями;

- аккуратно и грамотно оформившему иллюстрации к докладу;

- получившему высокую оценку научного руководителя.

«Хорошо» ставится студенту:

- продемонстрировавшему глубокие и полные теоретические знания в области исследования;

- не сумевшему объяснить отдельные факты из результатов собственных исследований;

- не сумевшему показать связь собственных результатов с общими закономерностями;

- представившему работу с опечатками;

- имеющему незначительные замечания по оформлению иллюстраций к докладу;

- в отзыве научного руководителя о работе не было принципиальных замечаний по организации исследования и выводам.

«Удовлетворительно» ставится студенту:

- продемонстрировавшему в ответах на вопросы к докладу недостаточные знания закономерностей в области исследования;

- испытывающему затруднения в объяснении результатов собственных исследований и выводов;

- нарушившему регламент доклада;

- допустившему серьезные нарушения в оформлении работы (технические, стилистические погрешности, несоответствие списка литературы цитированию ее в тексте, несоответствие требованиям структуры работы и т.д.);

- неаккуратно и неграмотно оформившему иллюстрации к докладу;

- получившему низкую оценку научного руководителя.

«Неудовлетворительно» ставится студенту:

- продемонстрировавшему в ответах на вопросы к докладу отсутствие знаний закономерностей в области исследования;

- незнание содержания использованных в докладе научных терминов;

- неумение аргументировать выводы и объяснить результаты собственных исследований;

- представившему работу, оформленную без соблюдения требований;

- получившему отрицательную оценку научного руководителя.