

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
Федеральное государственное бюджетное образовательное  
учреждение высшего образования  
«Комсомольский-на-Амуре государственный университет»



Г.П. Старинов

2019 г.

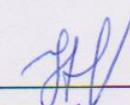
**ПРОГРАММА**

**государственной итоговой аттестации (ГИА)**

Направление подготовки	<i>Реклама и связи с общественностью</i>
Направленность (профиль) образовательной программы	<i>Реклама и связи с общественностью в медиаиндустрии</i>
Квалификация выпускника	<i>бакалавр</i>
Год начала подготовки (по учебному плану)	<i>2019</i>
Форма обучения	<i>очно-заочная</i>
Технология обучения	<i>традиционная</i>

Трудоемкость, з.е.	Выпускающая кафедра
<i>9</i>	<i>ФК</i>

Разработчик программы ГИА  
заведующий кафедрой «Философия и  
культурология», к. полит.н., доцент

  
Новиков Д.В.  
« 20 » мая 2014 г.

Программа ГИА обсуждена и одобрена  
на заседании кафедры  
«Философия и культурология»

Протокол № \_\_\_\_\_ от  
« 20 » мая 2014 г.

Заведующий кафедрой  
«Философия и культурология»

  
Новиков Д.В.  
« 20 » мая 2014 г.

СОГЛАСОВАНО

Директор библиотеки

  
Романовская И.А.  
« 20 » мая 2014 г.

Декан социально-гуманитарного фа-  
культета

  
Цевелева И.В.  
« 20 » мая 2014 г.

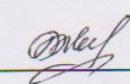
Начальник УМУ

  
Поздеева Е.Е.  
« 20 » мая 2014 г.

Программа ГИА рассмотрена, одобрена  
и рекомендована к использованию  
Ученым советом социально-  
гуманитарного факультета

Протокол № \_\_\_\_\_ от  
« 20 » мая 2014 г.

Председатель Ученого совета социаль-  
но-гуманитарного факультета

  
Цевелева И.В.

## **1 Общие положения**

### **1.1 Цель государственной итоговой аттестации**

Государственная итоговая аттестация проводится государственной экзаменационной комиссией в целях определения соответствия результатов освоения обучающимися основной образовательной программы «Реклама и связи с общественностью в медиаиндустрии» по направлению подготовки (42.03.01) «Реклама и связи с общественностью», разработанной в Комсомольском-на-Амуре государственном университете, требованиям федерального государственного образовательного стандарта высшего образования (ФГОС ВО), утвержденного приказом Минобрнауки России от «8» июня 2017 № 512.

### **1.2 Состав государственной итоговой аттестации**

Государственная итоговая аттестация по направлению подготовки  
(42.03.01) «Реклама и связи с общественностью»

включает:

- а) подготовку к сдаче и сдача государственного экзамена;
- б) подготовку к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы (ВКР).

### **1.3 Нормативная база итоговой аттестации**

1.3.1 Итоговая аттестация осуществляется в соответствии с нормативным документом университета **СТО У.016-2018 Итоговая аттестация студентов. Положение**. В указанном документе определены и регламентированы:

- общие положения по итоговой аттестации;
- правила и порядок организации и процедура проведения итоговой аттестации;
- обязанности и ответственность руководителя выпускной квалификационной работы;
- результаты государственной итоговой аттестации;
- порядок апелляции государственной итоговой аттестации;
- документация по государственной итоговой аттестации.

1.3.2 Оформление выпускной квалификационной работы осуществляется в соответствии с требованиями **РД 013-2016 Текстовые студенческие работы. Правила оформления**.

## **2 Общее описание профессиональной деятельности выпускников**

Области профессиональной деятельности и (или) сферы профессиональной деятельности, в которых выпускники, освоившие программу бакалавриата(далее - выпускники), могут осуществлять профессиональную деятельность:

- связь, информационные и коммуникационные технологии (в сфере продвижения продукции средств массовой информации, включая печатные издания, телевизионные и радиопрограммы, онлайн-ресурсы);
- средства массовой информации, издательство и полиграфия (в сфере мультимедийных, печатных, теле- и радиовещательных средств массовой информации).

Выпускники могут осуществлять профессиональную деятельность в других областях профессиональной деятельности и (или) сферах профессиональной деятельности при условии соответствия уровня их образования и полученных компетенций требованиям к квалификации работника.

Тип задач профессиональной деятельности выпускников:

- проектный.

Перечень основных объектов профессиональной деятельности выпускников:

- негосударственные, общественные и коммерческие организации;
- средства массовой информации.

### 3 Планируемые результаты освоения образовательной программы

В результате освоения образовательной программы у выпускника должны быть сформированы универсальные (таблица 1) и общепрофессиональные компетенции (таблица 2), установленные ФГОС ВО, а также профессиональные компетенции (таблица 3), установленные образовательной программой бакалавриата, сформированные на основе профессиональных стандартов, соответствующих профессиональной деятельности выпускников (профессиональный стандарт "Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации", утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 4 августа 2014 г. N 535н (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 4 сентября 2014 г., регистрационный N 33973), профессиональный стандарт "Специалист по информационным ресурсам", утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 8 сентября 2014 г. N 629н (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 26 сентября 2014 г., регистрационный N 34136), с изменениями, внесенными приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 12 декабря 2016 г. N 727н (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 13 января 2017 г., регистрационный N 45230)), а также на основе анализа требований к профессиональным компетенциям, предъявляемых к выпускникам на рынке труда, обобщения отечественного и зарубежного опыта, проведения консультаций с ведущими работодателями, объединениями работодателей отрасли.

Таблица 1 – Универсальные компетенции выпускника

Наименование категории (группы) универсальных компетенций	Код и наименование универсальной компетенции выпускника
Системное и критическое мышление	УК-1. Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач
Разработка и реализация проектов	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
Командная работа и лидерство	УК-3. Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде
Коммуникация	УК-4. Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)
Межкультурное взаимодействие	УК-5. Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах
Самоорганизация и саморазвитие (в том числе здоровьесбережение)	УК-6. Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни
	УК-7. Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности
Безопасность	УК-8. Способен создавать и поддерживать безопасные условия

жизнедеятельности	жизнедеятельности, в том числе при возникновении чрезвычайных ситуаций
-------------------	--

Таблица 2 – Общепрофессиональные компетенции выпускника

Наименование категории (группы) общепрофессиональных компетенций	Код и наименование общепрофессиональной компетенции выпускника
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
Общество и государство	ОПК-2. Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах
Культура	ОПК-3. Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов
Аудитория	ОПК-4. Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности
Медиакоммуникационная система	ОПК-5. Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования
Технологии	ОПК-6. Способен использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии
Эффекты	ОПК-7. Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности

Таблица 3 – Профессиональные компетенции выпускника

Основание (профессиональный стандарт)	Код и наименование профессиональной компетенции
06.009 Специалист по продвижению и распространению	ПК-1. Способен планировать, разрабатывать и осуществлять владеть отдельными методами их реализации коммуникационные проекты

продукции средств массовой информации Уровень квалификации – 6 ОТФ – организация распространения продукции СМИ	
Анализ опыта	ПК-2. Способен осуществлять подготовку необходимой проектной документации
06.013 Специалист по информационным ресурсам Уровень квалификации – 5. ОТФ – создание и редактирование информационных ресурсов	ПК-3. Способен осуществлять коммуникационную кампанию в сети Интернет

#### 4 Объем, структура и содержание государственной итоговой аттестации

Общая трудоемкость государственной итоговой аттестации составляет 9 зачетных единиц, 324 академических час

Распределение объема государственной итоговой аттестации представлено а. в таблице 4.

Таблица 4 – Объем государственной итоговой аттестации по составу

Элемент ГИА	Контролируемые результаты освоения образовательной программы	Форма проведения	Трудоемкость (в часах)
<b>Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена</b>			
Вопросы и практические задания государственного экзамена	ОПК-1, ОПК-2, ОПК-3, ОПК-4, ОПК-5, ОПК-6, ОПК-7	Подготовка ответа на теоретические вопросы, выполнение практических заданий	108
<b>Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы</b>			
Выпускная квалификационная работа	ОПК-1, ОПК-2, ОПК-3, ОПК-4, ОПК-5, ОПК-6, ОПК-7, ПК-1, ПК-2, ПК-3	Защита выпускной квалификационной работы	216
<b>Итого</b>	–	–	324

Опосредованно в процессе ГИА (см. п. 7), на основании результатов промежуточной аттестации по дисциплинам учебного плана, оценивается уровень сформированности универсальных компетенций *УК-1, УК-2, УК-3, УК-4, УК-5, УК-6, УК-7, УК-8*.

#### 5 Программа государственного экзамена и рекомендации обучающимся по подготовке к нему

##### 5.1 Форма проведения государственного экзамена

Устный экзамен.

## 5.2 Перечень контрольных заданий или иных материалов, выносимых для проверки на ГЭ

Билет по проверке общепрофессиональных и профессиональных компетенций состоит из двух теоретических вопросов и одного комплексного практического задания.

В структуру государственного экзамена входят вопросы по учебным дисциплинам (модулям), результаты освоения которых имеют определяющее значение для профессиональной деятельности выпускников:

- Теория связей с общественностью;
- Теория рекламы;
- Журналистика;
- Технологии связей с общественностью;
- Технологии рекламы;
- Брендинг;

Маркетинговые исследования и ситуационный анализ

Перечень вопросов и типовых практических заданий (задач), критерии и показатели оценивания представлены в разделе 7.

## 5.3 График подготовки, организации и проведения ГЭ

Таблица 5 – График подготовки, организации и проведения ГЭ

Виды работ	Сроки	Ответственный исполнитель
Формирование программы государственного экзамена по направлению подготовки	За 7 мес. до ГЭ по КУГ	Зав. кафедрой, Ведущие преподаватели
Подготовка вопросов к государственному экзамену	За 6 мес. до ГЭ по КУГ	Зав. кафедрой, Преподаватели кафедры
Выдача вопросов государственного экзамену выпускникам	За 6 мес. до ГЭ по КУГ	Зав. кафедрой
Организация обзорных лекций и консультаций по направлению подготовки	За 3 мес. до ГЭ по КУГ	Преподаватели кафедры
Подготовка и утверждение комплектов билетов	За 3 мес. до ГЭ по КУГ	Председатель ГЭК, Зав. кафедрой
Утверждение расписания государственного экзамена и информирование обучающихся	За 1 мес. до ГЭ по КУГ	Ведущий специалист УМУ, зав. кафедрой
Приказ о допуске обучающихся к государственному экзамену	Не позднее 3 дней до ГЭ	Декан факультета
Проведение государственного экзамена	По приказу	ГЭК

## 5.4 Рекомендации обучающимся по подготовке к ГЭ

Государственный экзамен - это завершающий этап подготовки бакалавра, механизм выявления и оценки результатов обучения и установления соответствия уровня профессиональной подготовки выпускников требованиям ФГОС ВО по направлению подготовки.

Подготовка к экзамену способствует закреплению, углублению и обобщению знаний, получаемых, в процессе обучения, а также применению их к решению практических задач. Готовясь к государственному экзамену, студент ликвидирует имеющиеся пробелы в знаниях,

углубляет, систематизирует и упорядочивает свои знания. На государственном экзамене обучающийся демонстрирует то, что он приобрел в процессе обучения.

В период подготовки к государственному экзамену студенты вновь обращаются к учебно-методическому материалу и закрепляют знания. Подготовка к государственному экзамену включает в себя два этапа: самостоятельная работа в течение всего периода обучения; непосредственная подготовка в дни, предшествующие государственному экзамену по темам учебных дисциплин, выносимым на государственную аттестацию.

При подготовке к государственному экзамену студентам целесообразно использовать материалы лекций, учебно-методические комплексы, основную и дополнительную литературу.

Особо следует обратить внимание на умение использовать программу государственной итоговой аттестации в части ГЭ, раздел 7. Она включает в себя вопросы для государственного экзамена. Поэтому студент, заранее изучив содержание государственного экзамена, сможет лучше сориентироваться в вопросах, стоящих в его билете.

Формулировка вопросов экзаменационного билета совпадает с формулировкой перечня рекомендованных для подготовки вопросов государственного экзамена.

Как соотносить конспект лекций и учебники при подготовке к экзамену? Было бы ошибкой главный упор делать на конспект лекций, не обращаясь к учебникам и, наоборот недооценивать записи лекций. Рекомендации здесь таковы. При проработке той или иной темы курса сначала следует уделить внимание конспектам лекций, а затем учебникам или интернет-источникам. Дело в том, что "живые" лекции обладают рядом преимуществ: они более оперативно иллюстрируют состояние научной проработки того или иного теоретического вопроса, дают ответ с учетом новых теоретических разработок, т.е. отражают самую "свежую" информацию. Для написания же и опубликования печатной продукции нужно время. Отсюда изложение некоторого учебного материала быстро устаревают.

Традиционно студенты задают вопрос, каким пользоваться учебником при подготовке к экзамену? Однозначно ответить на данный вопрос нельзя. Не бывает идеальных учебников, они пишутся представителями различных школ, научных направлений, и поэтому в каждом из них есть свои достоинства и недостатки, чему-то отдается предпочтение, что-то недооценивается либо вообще не раскрывается. Отсюда, для сравнения учебной информации и полноты картины необходим конспект лекций, а также в обязательном порядке использовать как минимум два учебных источника.

Надо ли делать письменные пометки, прорабатывая тот или иной вопрос? Однозначного ответа нет. Однако, для того, чтобы быть уверенным на экзамене, необходимо при подготовке тезисно записать ответы на наиболее трудные, с точки зрения студента, вопросы. Запись включает дополнительные (моторные) ресурсы памяти.

Представляется крайне важным посещение студентами проводимой перед государственным экзаменом консультации. Здесь есть возможность задать вопросы преподавателю по тем разделам и темам, которые недостаточно или противоречиво освещены в учебной, научной литературе или вызывают затруднение в восприятии.

Важно, чтобы студент грамотно распределил время, отведенное для подготовки к государственному экзамену. В этой связи целесообразно составить календарный план подготовки к экзамену, в котором в определенной последовательности отражается изучение или повторение всех экзаменационных вопросов. Подготовку к экзамену студент должен вести ритмично и систематично.

Зачастую студенты выбирают "штурмовой метод", когда подготовка ведется хаотично, материал прорабатывается бессистемно. Такая подготовка не может выработать прочную систему знаний. Поэтому знания, приобретенные с помощью подобного метода, в лучшем случае закрепляются на уровне представления.

Во время экзамена за отведенное для подготовки время студент должен сформулировать четкий ответ по каждому вопросу билета. Во время подготовки рекомендуется не записывать на лист ответа все содержание ответа, а составить развернутый план, которому необходимо следовать во время сдачи экзамена.

Отвечая на экзаменационные вопросы, необходимо придерживаться определенного плана ответа, который не позволит студенту уйти в сторону от содержания поставленных вопросов. При ответе на экзамене допускается многообразие мнений. Приветствуется, если студент не читает с листа, а свободно излагает материал, ориентируясь на заранее составленный план.

К выступлению выпускника на государственном экзамене предъявляются следующие требования:

- ответ должен строго соответствовать объему вопросов билета;
- ответ должен полностью исчерпывать содержание вопросов билета;
- ответ должен соответствовать определенному плану, который рекомендуется огласить в начале выступления;
- выступление на государственном экзамене должно соответствовать нормам и правилам публичной речи, быть четким, обоснованным, логичным.

Во время ответа на поставленные вопросы надо быть готовым к дополнительным или уточняющим вопросам. Дополнительные вопросы задаются членами государственной комиссии в рамках билета и связаны, как правило, с неполным ответом. Уточняющие вопросы задаются, чтобы конкретизировать мысли студента. Полный ответ на уточняющие вопросы лишь усиливает эффект общего ответа студента.

Итоговая оценка знаний предполагает дифференцированный подход к студенту, учет его индивидуальных способностей, степень усвоения и систематизации основных теоретических положений, понятий и категорий. Оценивается так же культура речи, грамотное комментирование, приведение примеров, умение связывать теорию с практикой, творчески применять знания к неординарным ситуациям, излагать материал доказательно, полемизировать там, где это необходимо.

## **6 Выпускная квалификационная работа и рекомендации обучающимся по подготовке к защите и защите ВКР**

Выпускная квалификационная работа бакалавра по направлению подготовки «Реклама и связи с общественностью» представляет собой законченную разработку, в которой должны быть изложены вопросы (связи с общественностью, брендинг, реклама, социологические исследования).

### **6.1 Вид выпускной квалификационной работы**

ВКР выполняется в виде выпускной квалификационной работы бакалавра. Тематика ВКР, критерии и показатели оценивания приведены в разделе 7.

### **6.2 Цель выполнения выпускной квалификационной работы**

Выполнение ВКР имеет своей целью:

- систематизацию, закрепление и углубление полученных теоретических и практических знаний по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»;
- развитие навыков обобщения практических материалов, критической оценки теоретических положений и выработки своей точки зрения по рассматриваемой проблеме;
- развитие умения аргументировано излагать свои мысли и формулировать предложения;
- выявление у обучающихся творческих возможностей и готовности к практической деятельности в условиях современной экономики.

### **6.3 Перечень рекомендуемой литературы для выполнения ВКР**

1. Теория и практика связей с общественностью: Учебник для вузов / А. В. Кочеткова, В. Н. Филиппов, Я. Л. Скворцов, А. С. Тарасов. - 2-е изд. - СПб.: Питер, 2010. - 233с.

2. Кривоносов, А.Д. Основы теории связей с общественностью: Учебник для вузов / А. Д. Кривоносов, О. Г. Филатова, М. А. Шишкина. - СПб.: Питер, 2011. - 376с.
3. Вертакова, Ю.В. Связи с общественностью: Учебное пособие / Ю. В. Вертакова, О. В. Согачева. - Старый Оскол: Изд-во ТНТ, 2014. - 313с.
4. Варакута, С. А. Связи с общественностью [Электронный ресурс] : учебное пособие / С. А. Варакута. - М.: НИЦ Инфра-М, 2013. - 207 с. // ZNANIUM.COM : электронно-библиотечная система. – Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php>, ограниченный. – Загл. с экрана.
5. Песоцкий, Е. Современная реклама: теория и практика / Е. Песоцкий. - Ростов н/Д: Феникс, 2001. – 316 с
6. Головкин, Б.Н. Теория и практика фоторекламы: Учебное пособие / Б. Н. Головкин. - СПб.: Изд-во Михайлова В.А., 2005. - 320с.
7. Шишова, Н. В. Подопригора, А. С. Акулич, Т. В. Теория и практика рекламы [Электронный ресурс] : учебное пособие/ Н. В. Шишова, А. С. Подопригора, Т. В. Акулич - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 144 с. // ZNANIUM.COM : электронно-библиотечная система. – Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php>, ограниченный. – Загл. с экрана.
8. Кузнецов, П. А. Политическая реклама. Теория и практика [Электронный ресурс] : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям "Реклама", "Связи с общественностью" / П.А. Кузнецов - М.:ЮНИТИ-ДАНА, 2015. - 127 с. // ZNANIUM.COM : электронно-библиотечная система. – Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php>, ограниченный. – Загл. с экрана.

#### **Список дополнительной литературы**

1. Домнин, В.Н. Брендинг: новые технологии в России / В. Н. Домнин. - 2-е изд. - СПб.: Питер, 2004. - 381с.
2. Карпова, С.В. Брендинг: Учебное пособие для вузов / С. В. Карпова. - М.: Кнорус, 2008. - 221с.
3. Рожков, И.Я. Брендинг: Учебник для бакалавров / И. Я. Рожков, В. Г. Кисмерешкин. - М.: Юрайт, 2013. - 331с.
4. Музыкант, В. Л. Брендинг: Управление брендом [Электронный ресурс] : учебное пособие / В. Л. Музыкант. - М.: ИЦ РИОР: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 316 с. // ZNANIUM.COM : электронно-библиотечная система. – Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php>, ограниченный. – Загл. с экрана.
5. Годин, А. М. Брендинг [Электронный ресурс] : учебное пособие / А. М. Годин. - 3-е изд., перераб. и доп. - М.: Дашков и К, 2012. - 184 с. // ZNANIUM.COM : электронно-библиотечная система. – Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php>, ограниченный. – Загл. с экрана.
6. Голубков, Е.П. Маркетинговые исследования: теория, методология и практика: Учебник / Е. П. Голубков. - 3-е изд., перераб. и доп. - М.: Финпресс, 2003. - 493с.
7. Божук, С.Г. Маркетинговые исследования / С. Г. Божук, Л. Н. Ковалик. - СПб.: Питер, 2004. - 297с.
8. Черчилль, Г.А. Маркетинговые исследования / Г. А. Черчилль; Пер. с англ. Н.Амид [и др.]. - СПб.: Питер, 2003. - 748с.
10. Аакер, Д. Маркетинговые исследования / Д. Аакер, В. Кумар, Дэй, Дж.; Пер. с англ. А.Шалека под ред. С.Божук. - 7-е изд. - СПб.: Питер, 2004. - 841с.
11. Каменева, Н. Г. Поляков, В. А. Маркетинговые исследования [Электронный ресурс] : учебное пособие / Н.Г. Каменева, В.А. Поляков. - 2-е изд., доп. - М.: Вузовский учебник: НИЦ Инфра-М, 2013. з // ZNANIUM.COM : электронно-библиотечная система. – Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php>, ограниченный. – Загл. с экрана.

#### **6.4 График подготовки, организации и проведения защиты ВКР**

Таблица 6 – График подготовки, организации и проведения защиты ВКР

<b>Виды работ</b>	<b>Сроки</b>	<b>Ответственный исполнитель</b>
Представление тем ВКР, выбор темы и руководителя ВКР	за 7 мес. до защиты ВКР по КУГ	Преподаватели кафедры, Обучающиеся
Подача заявления о закреплении темы и руководителя ВКР	за 6 мес. до защиты ВКР по КУГ	Обучающийся
Подготовка приказа по утверждению тем и руководителей ВКР	за 6 мес. до защиты ВКР по КУГ	Зав. кафедрой Руководители ВКР
Составление и утверждение заданий на ВКР и календарного графика на ВКР	за 6 мес. до защиты ВКР по КУГ	Руководители ВКР, Зав. кафедрой
Организация консультаций и нормоконтроль	В течение преддипломной практики и выполнения ВКР по КУГ	Зав. кафедрой
Контроль за ходом выполнения ВКР I этап (30%) II этап (80%) III этап (100%)	I этап (30%) - начало преддипломной практики по КУГ II этап (80%) - окончание преддипломной практики по КУГ III этап (100%) за неделю до защиты ВКР по приказу	Руководители ВКР, Зав. кафедрой
Утверждение и предоставление дат защит ВКР	за 1 мес. до защиты ВКР по КУГ	Зав. кафедрой, Секретарь ГЭК
Представление на кафедру письменного отзыва о работе обучающегося в период подготовки ВКР (далее - отзыв).	после завершения подготовки обучающимся ВКР за 7 дней до защиты ВКР	Руководители ВКР,
Получение отзыва руководителя	за 5 календарных дней до защиты ВКР	Обучающийся
Подготовка проекта приказа о допуске к защите ВКР	не позднее 3 дней до защиты ВКР	Зав. кафедрой Секретарь ГЭК
Передача в ГЭК ВКР и отзыва руководителя	не позднее 2 дней до защиты ВКР	Обучающийся, руководитель ВКР
Защита ВКР в ГЭК	По приказу	Зав. кафедрой Секретарь ГЭК

## **6.5 Рекомендации обучающимся по подготовке к защите ВКР**

### **6.5.1 Планирование самостоятельной работы выпускников**

Таблица 7 – График организации самостоятельной работы выпускников по подготовке к защите ВКР

<b>Этапы работ</b>	<b>Срок</b>
1. Сбор, изучение и систематизация учебной, научно-технической литературы, учебно-методической документации и патентной информации.	По согласованию с руководителем

Этапы работ	Срок
2. Разработка общей части (введения, теоретической главы) работы.	ВКР
3. Технологические разработки. Этапы решения поставленной задачи. Подготовка аналитической и практической глав.	
4. Написание заключения и аннотации.	
5. Окончательное оформление расчетно-пояснительной записки и графических материалов.	
6. Подготовка на проверку и подпись ВКР руководителю.	
7. Подготовка на проверку и подпись ВКР заведующему кафедрой.	
Получение допуска к защите.	

### 6.5.2 Структура ВКР. Требования к ее содержанию

Структура выпускной работы включает: введение, две главы с разбивкой на параграфы, заключение, а также список использованных источников и приложения. Объем работы – в пределах 50-60 печатных страниц.

**Во введении** обосновывается выбор темы, ее актуальность, формулируются цель и задачи проекта. Здесь отражается степень изученности рассматриваемых вопросов в научной и практической литературе, оговаривается предмет и объект исследования, конкретизируется круг вопросов, подлежащих исследованию. По объему введение не превышает 5-6 страниц.

**Первая глава** имеет теоретический характер. В ней исследуется отечественный и зарубежный (при наличии) опыт разработки и реализации схожих рекламных или PR-проектов.

**Вторая глава** носит практический характер. В ней осуществляется проектирование рекламной или PR-кампании. Исследуется целевая аудитория. Разрабатывается общая концепция и стратегия рекламной или PR-кампании. Разрабатываются рекламные и PR-технологии. Составляется бизнес-план проекта. Оценивается его эффективность.

**Заключение** содержит выводы по теме ВКР и конкретные предложения по исследуемым вопросам. Они должны непосредственно вытекать из выпускной работы и излагаться лаконично и четко. По объему заключение не превышает 3 страниц.

## 7 Фонд оценочных средств для проведения ГИА

### 7.1 Паспорт фонда оценочных средств

Таблица 8 – Паспорт фонда оценочных средств

Код контролируемой компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Наименование оценочного средства	Показатели оценки
УК-1 Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	<p>УК-1.1 Знает методики поиска, сбора и обработки информации; актуальные российские и зарубежные источники информации в сфере профессиональной деятельности; метод системного анализа.</p> <p>УК-1.2 Умеет применять методики поиска, сбора и обработки информации; осуществляет критический анализ и синтез информации, полученной из разных источников; применяет системный подход для решения поставленных задач.</p>	Опосредованно в процессе ГИА, на основании результатов промежуточной аттестации по дисциплинам учебного плана	см. п. 7.2

Код контролируемой компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Наименование оценочного средства	Показатели оценки
	<p>УК-1.3 Владеет методами поиска, сбора и обработки, критического анализа и синтеза информации; методикой системного подхода для решения поставленных задач.</p>		
<p>УК-2. Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений</p>	<p>УК-2.1 Знает виды ресурсов и ограничений для решения профессиональных задач; основные методы оценки разных способов решения задач; действующее законодательство и правовые нормы, регулирующие профессиональную деятельность. УК-2.2 Умеет проводить анализ поставленной цели и формулировать задачи, которые необходимо решить для ее достижения; анализирует альтернативные варианты для достижения намеченных результатов; использует нормативно-правовую документацию в сфере профессиональной деятельности. УК-2.3 Владеет методиками разработки цели и задач проекта; методами оценки потребности в ресурсах, продолжительности и стоимости проекта; навыками работы с нормативно-правовой документацией.</p>	<p>Опосредованно в процессе ГИА, на основании результатов промежуточной аттестации по дисциплинам учебного плана</p>	<p>см. п. 7.2</p>
<p>УК-3. Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде</p>	<p>УК-3.1 Знает основные приемы и нормы социального взаимодействия; основные понятия и методы конфликтологии, технологии межличностной и групповой коммуникации в деловом взаимодействии. УК-3.2 Умеет устанавливать и поддерживать контакты, обеспечивающие успешную работу в коллективе; применяет основные методы и нормы социального взаимодействия для реализации своей роли и взаимодействия внутри команды. УК-3.3 Имеет практический опыт участия в</p>	<p>Опосредованно в процессе ГИА, на основании результатов промежуточной аттестации по дисциплинам учебного плана</p>	<p>см. п. 7.2</p>

Код контролируемой компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Наименование оценочного средства	Показатели оценки
	командной работе, в социальных проектах, распределения ролей в условиях командного взаимодействия.		
УК-4. Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	<p>УК-4.1 Знает принципы построения устного и письменного высказывания на русском и иностранном языках; правила и закономерности деловой устной и письменной коммуникации.</p> <p>УК-4.2 Умеет применять на практике деловую коммуникацию в устной и письменной формах, методы и навыки делового общения на русском и иностранном языках.</p> <p>УК-4.3 Владеет навыками чтения и перевода текстов на иностранном языке в профессиональном общении; навыками деловых коммуникаций в устной и письменной форме на русском и иностранном языках; методикой составления суждения в межличностном деловом общении на русском и иностранном языках</p>	Опосредованно в процессе ГИА, на основании результатов промежуточной аттестации по дисциплинам учебного плана	см. п. 7.2
УК-5. Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	<p>УК-5.1 Знает закономерности и особенности социально-исторического развития различных культур в этическом и философском контексте.</p> <p>УК-5.2 Понимает и воспринимает разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах.</p> <p>УК-5.3 Владеет простейшими методами адекватного восприятия межкультурного разнообразия общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах; навыками общения в мире культурного многообразия с использованием этических норм поведения.</p>	Опосредованно в процессе ГИА, на основании результатов промежуточной аттестации по дисциплинам учебного плана	см. п. 7.2
УК-6. Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать	УК-6.1 Знает основные приемы эффективного управления собственным временем; основные принципы самовоспитания и самообразования, профессионального	Опосредованно в процессе ГИА, на основании результатов	см. п. 7.2

<b>Код контролируемой компетенции</b>	<b>Индикаторы достижения компетенции</b>	<b>Наименование оценочного средства</b>	<b>Показатели оценки</b>
траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни	<p>и личного развития, исходя из этапов карьерного роста и требований рынка труда.</p> <p>УК-6.2 Умеет планировать свое рабочее время и время для саморазвития; формулирует цели личного и профессионального развития и условия их достижения, исходя из тенденций развития области профессиональной деятельности, индивидуально-личностных особенностей.</p> <p>УК-6.3 Владеет методами управления собственным временем; технологиями приобретения, использования и обновления социокультурных и профессиональных знаний, умений и навыков; методиками саморазвития и самообразования</p>	промежуточной аттестации по дисциплинам учебного плана	
УК-7 . Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности	<p>УК-7.1 Знает виды физических упражнений; роль и значение физической культуры в жизни человека и общества; научно-практические основы физической культуры, профилактики вредных привычек и здорового образа и стиля жизни.</p> <p>УК-7.2 Умеет применять на практике разнообразные средства физической культуры и спорта для сохранения и укрепления здоровья и психофизической подготовки; использует средства и методы физического воспитания для профессионально-личностного развития, физического самосовершенствования, формирования здорового образа и стиля жизни.</p> <p>УК-7.3 Владеет средствами и методами укрепления индивидуального здоровья для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности.</p>	Опосредованно в процессе ГИА, на основании результатов промежуточной аттестации по дисциплинам учебного плана	см. п. 7.2

<b>Код контролируемой компетенции</b>	<b>Индикаторы достижения компетенции</b>	<b>Наименование оценочного средства</b>	<b>Показатели оценки</b>
<p>УК-8. Способен создавать и поддерживать безопасные условия жизнедеятельности, в том числе при возникновении чрезвычайных ситуаций</p>	<p>УК-8.1 Знает классификацию и источники чрезвычайных ситуаций природного и техногенного происхождения; причины, признаки и последствия опасностей, способы защиты от чрезвычайных ситуаций; принципы организации безопасности труда на предприятии, технические средства защиты людей в условиях чрезвычайной ситуации</p> <p>УК-8.2 Умеет поддерживать безопасные условия жизнедеятельности; выявлять признаки, причины и условия возникновения чрезвычайных ситуаций; оценивать вероятность возникновения потенциальной опасности и принимать меры по ее предупреждению</p> <p>УК-8.3 Владеет методами прогнозирования возникновения опасных или чрезвычайных ситуаций; навыками по применению основных методов защиты в условиях чрезвычайных ситуаций.</p>	<p>Опосредованно в процессе ГИА, на основании результатов промежуточной аттестации по дисциплинам учебного плана</p>	<p>см. п. 7.2</p>
<p>ОПК-1. Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем</p>	<p>ОПК-1.1. Знает особенности и правила подготовки медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, являющихся составляющими кампании в области рекламы и связей с общественностью</p> <p>ОПК-1.2. Умеет самостоятельно, в соответствии с формальными и содержательными требованиями, создавать тексты различных видов и жанров</p> <p>ОПК-1.3. Владеет навыками подготовки конкретных текстов и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов, являющихся составляющими кампании в области рекламы и связей с общественностью</p>	<p>Теоретический вопрос, практическое задание к государственному экзамену; доклад на защите ВКР, ответы на вопросы на защите ВКР</p>	<p>см. п. 7.3</p>
<p>ОПК-2. Способен</p>	<p>ОПК-2.1.</p>	<p>Теоретический</p>	<p>см. п. 7.3</p>

Код контролируемой компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Наименование оценочного средства	Показатели оценки
<p>учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах</p>	<p>Знает особенности, структуру, функции и виды социальных и политических институтов ОПК-2.2. Умеет использовать знание социальных и политических институтов при разработке рекламных и PR-мероприятий ОПК-2.3. Владеет навыками использования знаний социальных и политических институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) коммуникационных продуктов.</p>	<p>вопрос, практическое задание к государственному экзамену; доклад на защите ВКР, ответы на вопросы на защите ВКР</p>	
<p>ОПК-3 Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов</p>	<p>ОПК-3.1. Демонстрирует кругозор в сфере отечественного и мирового культурного процесса ОПК-3.2. Умеет использовать знание отечественной и мировой культуры при разработке рекламных и PR-мероприятий ОПК-3.3. Владеет навыками использования достижений отечественной и мировой культуры, а также средств художественной выразительности в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов</p>	<p>Теоретический вопрос, практическое задание к государственному экзамену; доклад на защите ВКР, ответы на вопросы на защите ВКР</p>	<p>см. п. 7.3</p>
<p>ОПК-4 Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности</p>	<p>ОПК-4.1. Знает особенности, структуру целевой аудитории ОПК-4.2. Умеет определять целевую аудиторию и её характеристики, соотносить социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп ОПК-4-3 Владеет навыками использования социологического инструментария для исследования целевой аудитории</p>	<p>Теоретический вопрос, практическое задание к государственному экзамену; доклад на защите ВКР, ответы на вопросы на защите ВКР</p>	<p>см. п. 7.3</p>
<p>ОПК-5 Способен учитывать в профессиональной</p>	<p>ОПК-5.1. Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и</p>	<p>Теоретический вопрос, практическое</p>	<p>см. п. 7.3</p>

Код контролируемой компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Наименование оценочного средства	Показатели оценки
<p>деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования</p>	<p>этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях ОПК-5.2. Умеет осуществлять свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы ОПК-5.3 Владеет навыками разработки продукта в области рекламы и связей с общественностью с учетом особенностей регионального, национального и международного медиакоммуникационного развития</p>	<p>задание к государственному экзамену; доклад на защите ВКР, ответы на вопросы на защите ВКР</p>	
<p>ОПК-6. Способен использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии</p>	<p>ОПК-6.1. Знает современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии, применяемые в профессиональной деятельности ОПК-6.2 Умеет использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии ОПК-6.3. Владеет навыками применения современных технических средств и информационно-коммуникационных технологий в профессиональной деятельности на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов</p>	<p>Теоретический вопрос, практическое задание к государственному экзамену; доклад на защите ВКР, ответы на вопросы на защите ВКР</p>	<p>см. п. 7.3</p>
<p>ОПК-7. Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной</p>	<p>ОПК-7.1. Знает правовые и этические основы профессиональной деятельности в области рекламы и связей с общественностью ОПК-7.2. Умеет осуществлять отбор информации, профессиональных</p>	<p>Теоретический вопрос, практическое задание к государственному экзамену; доклад на защите ВКР, ответы на</p>	<p>см. п. 7.3</p>

<b>Код контролируемой компетенции</b>	<b>Индикаторы достижения компетенции</b>	<b>Наименование оценочного средства</b>	<b>Показатели оценки</b>
ответственности	средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятыми профессиональным сообществом ОПК-7.3 Владеет навыком правовой и этической оценки профессиональной деятельности в области рекламы и связей с общественностью	вопросы на защите ВКР	
ПК-1. Способен планировать, разрабатывать и осуществлять владеть отдельными методами их реализации коммуникационные проекты	ПК-1.1. Знает особенности, технологии и методы планирования, разработки и осуществления проектов в области рекламы и связей с общественностью ПК-1.2. Умеет самостоятельно использовать традиционные и новейшие методы и технологии разработки и осуществления проектов в области рекламы и связей с общественностью ПК-1.3. Владеет навыками разработки и осуществления коммуникационных проектов и мероприятий	Доклад на защите ВКР, ответы на вопросы на защите ВКР	см. п. 7.4
ПК-2. Способен осуществлять подготовку необходимой проектной документации	ПК-2.1. Знает особенности, виды и методы подготовки проектной документации в области рекламы и связей с общественностью ПК-2.2 Умеет готовить необходимую проектную документацию в области рекламы и связей с общественностью ПК-2.3. Владеет навыками подготовки в соответствии с формальными и содержательными требованиями необходимой проектной документации в области рекламы и связей с общественностью	Доклад на защите ВКР, ответы на вопросы на защите ВКР	см. п. 7.4
ПК-3. Способен осуществлять коммуникационную кампанию в сети Интернет	ПК-3.1 Знает особенности и технологии осуществления рекламной и PR-кампаний в сети Интернет ПК-3.2.	Доклад на защите ВКР, ответы на вопросы на защите ВКР	см. п. 7.4

Код контролируемой компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Наименование оценочного средства	Показатели оценки
	<p>Умеет самостоятельно планировать и осуществлять рекламные и PR-мероприятия в сети Интернет ПК-3.3.</p> <p>Владеет навыками использования возможностей сети Интернет в целях рекламы и связей с общественностью</p>		

## 7.2 Оценка уровня сформированности компетенций выпускника, контролируемых опосредованно в процессе ГИА на основании результатов промежуточной аттестации по дисциплинам учебного плана

Опосредованно в процессе ГИА, на основании результатов промежуточной аттестации по дисциплинам учебного плана, оценивается уровень сформированности следующих компетенций: УК-1, УК-2, УК-3, УК-4, УК-5, УК-6, УК-7, УК-8.

Критерии оценки данных компетенций:

- компетенция сформирована на **базовом уровне**, если средняя оценка промежуточной аттестации по дисциплинам учебного плана, направленным на ее формирование, меньше 4 баллов;

- компетенция сформирована на **высоком уровне**, если средняя оценка промежуточной аттестации по дисциплинам учебного плана, направленным на ее формирование не меньше 4 баллов.

## 7.3 Оценка уровня сформированности компетенций выпускника, контролируемых в процессе государственного экзамена

### 7.3.1 Перечень контрольных заданий или иных материалов, выносимых для проверки на ГЭ

Перечень вопросов и типовых практических заданий (задач) представлены таблице 9 и таблице 10 соответственно.

Таблица 9 – Перечень вопросов к государственному экзамену

№ вопроса	Содержание вопроса	Рекомендуемая литература *
<b>Дисциплина 1. Теория связей с общественностью</b>		
1	История связей с общественностью в России	<p>1. Теория и практика связей с общественностью: Учебник для вузов / А. В. Кочеткова, В. Н. Филиппов, Я. Л. Скворцов, А. С. Тарасов. - 2-е изд. - СПб.: Питер, 2010. - 233с.</p> <p>2. Кривоносов, А.Д. Основы теории связей с общественностью: Учебник для вузов / А. Д. Кривоносов, О. Г. Филатова, М. А. Шишкина. - СПб.: Питер, 2011. - 376с.</p> <p>3. Вертакова, Ю.В. Связи с</p>
2	История зарубежного PR	
3	«Чёрный PR»: приемы нападения и защиты	
4	Функции связей с общественностью	
5	Этика связей с общественностью	
6	Связи с общественностью и реклама: общее и различия	
7	Индустрия связей с общественностью в г. Комсомольске-на-Амуре	
8	Антикризисный PR: сущность и функции	
9	Связи с общественностью в политике	
10	Правовые основания PR	

		<p>общественностью: Учебное пособие / Ю. В. Вертакова, О. В. Согачева. - Старый Оскол: Изд-во ТНТ, 2014. - 313с.</p> <p>4. Варакута, С. А. Связи с общественностью [Электронный ресурс] : учебное пособие / С. А. Варакута. - М.: НИЦ Инфра-М, 2013. - 207 с. // ZNANIUM.COM : электронно-библиотечная система. – Режим доступа: <a href="http://znanium.com/catalog.php">http://znanium.com/catalog.php</a>, ограниченный. – Загл. с экрана.</p>
<b>Дисциплина 2. Теория рекламы</b>		
1	Сущность и признаки рекламы	<p>1. Песоцкий, Е. Современная реклама: теория и практика / Е. Песоцкий. - Ростов н/Д: Феникс, 2001. – 316 с</p> <p>2. Головко, Б.Н. Теория и практика фоторекламы: Учебное пособие / Б. Н. Головко. - СПб.: Изд-во Михайлова В.А., 2005. - 320с.</p> <p>3. Шишова, Н. В. Подопригора, А. С. Акулич, Т. В. Теория и практика рекламы [Электронный ресурс] : учебное пособие/ Н. В. Шишова, А. С. Подопригора, Т. В. Акулич - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 144 с. // ZNANIUM.COM : электронно-библиотечная система. – Режим доступа: <a href="http://znanium.com/catalog.php">http://znanium.com/catalog.php</a>, ограниченный. – Загл. с экрана.</p> <p>4. Кузнецов, П. А. Политическая реклама. Теория и практика [Электронный ресурс] : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям "Реклама", "Связи с общественностью" / П.А. Кузнецов - М.:ЮНИТИ-ДАНА, 2015. - 127 с. // ZNANIUM.COM : электронно-библиотечная система. – Режим доступа: <a href="http://znanium.com/catalog.php">http://znanium.com/catalog.php</a>, ограниченный. – Загл. с экрана.</p>
2	История зарубежной рекламы	
3	История рекламы в России	
4	Этические и правовые основания рекламы	
5	Стратегии в рекламе	
6	Виды рекламы	
7	Основные этапы рекламной кампании	
8	Рекламная индустрия в г. Комсомольске-на-Амуре	
9	Целевая аудитория в рекламе	
10	Функции рекламы	
<b>Дисциплина 3. Журналистика</b>		
1	Сущность и функции журналистики	<p>1. Лозовский, Б. Н. Журналистика: профессиональные стандарты [Электронный ресурс] :</p>
2	Этика журналистской деятельности	
3	Правовые основания журналистской деятельности	
4	История зарубежной журналистики	

5	История отечественной журналистики	стандарт / Б. Н. Лозовский. - Екатеринбург: [Б. и.], 2007. - 93 с. // ZNANIUM.COM : электронно-библиотечная система. – Режим доступа: <a href="http://znanium.com/catalog.php">http://znanium.com/catalog.php</a> , ограниченный. – Загл. с экрана.
6	Журналистика в г. Комсомольске-на-Амуре	
7	Роды журналистики	
8	Интернет-журналистика	
9	Жанры журналистики	
10	Современное состояние журналистики: тенденции, проблемы, перспективы	2.Евдокимов, В. А. Массмедиа в социокультурном пространстве [Электронный ресурс] : учебное пособие / В.А. Евдокимов. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 224 с. // ZNANIUM.COM : электронно-библиотечная система. – Режим доступа: <a href="http://znanium.com/catalog.php">http://znanium.com/catalog.php</a> , ограниченный. – Загл. с экрана. 3.Ненашев, М. Ф. Иллюзии свободы. Российские СМИ в эпоху перемен (1985–2009) [Электронный ресурс] : монография / М. Ф. Ненашев. – М.: Логос, 2010. – 320 с. // ZNANIUM.COM : электронно-библиотечная система. – Режим доступа: <a href="http://znanium.com/catalog.php">http://znanium.com/catalog.php</a> , ограниченный. – Загл. с экрана.
<b>Дисциплина 4. Технологии связей с общественностью</b>		
1	Пресс-релиз: сущность, структура, правила написания	1. Теория и практика связей с общественностью: Учебник для вузов / А. В. Кочеткова, В. Н. Филиппов, Я. Л. Скворцов, А. С. Тарасов. - 2-е изд. - СПб.: Питер, 2010. - 233с. 2. Кривоносов, А.Д. Основы теории связей с общественностью: Учебник для вузов / А. Д. Кривоносов, О. Г. Филатова, М. А. Шишкина. - СПб.: Питер, 2011. - 376с. 3.Вертакова, Ю.В. Связи с общественностью: Учебное пособие / Ю. В. Вертакова, О. В. Согачева. - Старый Оскол: Изд-во ТНТ, 2014. - 313с. 4. Варакута, С. А. Связи с общественностью [Электронный ресурс] : учебное пособие / С. А. Варакута. - М.: НИЦ Инфра-М, 2013. - 207 с. // ZNANIUM.COM : электронно-библиотечная система. – Режим доступа: <a href="http://znanium.com/catalog.php">http://znanium.com/catalog.php</a> , ограниченный. – Загл. с
2	Медиа-кит и пресс-кит	
3	Пресс-конференция: сущность и правила организации	
4	«Круглый стол»: сущность и правила проведения	
5	Выставка: сущность и правила проведения	
6	Презентация: сущность и правила проведения	
7	Технологии антикризисного PR	
8	Технологии управления избирательной кампанией	
9	Корпоративный сайт: сущность, структура, требования к содержанию	
10	Корпоративный имидж: сущность и структура	

		экрана. 5. Шишова, Н. В. Подопригора, А. С. Акулич, Т. В. Теория и практика рекламы [Электронный ресурс] : учебное пособие/ Н. В. Шишова, А. С. Подопригора, Т. В. Акулич - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 144 с. // ZNANIUM.COM : электронно-библиотечная система. – Режим доступа: <a href="http://znanium.com/catalog.php">http://znanium.com/catalog.php</a> , ограниченный. – Загл. с экрана.
<b>Дисциплина 5. Технологии рекламы</b>		
1	Слоган: сущность, виды, технологии создания	1. Борисов, Б.Л. Технологии рекламы и PR: Учебное пособие / Б. Л. Борисов. - М.: ФАИР-ПРЕСС, 2001. - 618с. 2. Гольман, И.А. Рекламная деятельность: планирование, технология, организация: Учебник для вузов / И. А. Гольман. - 2-е изд., перераб., доп. - М.: Гелла-принт, 2002. - 389с. 3. Мудров, А.Н. Основы рекламы: Учебник / А. Н. Мудров. - М.: Экономистъ, 2007. - 319с. 4. Панкратов, Ф.Г. Основы рекламы: Учебник для вузов / Ф. Г. Панкратов, Ю. К. Баженов, В. Г. Шахурин. - 13-е изд., перераб. и доп. - М.: Дашков и К, 2011. - 547с. 5. Токтарова, Т.И. Рекламная деятельность: Учебное пособие для вузов / Т. И. Токтарова, Н. С. Зарайкина. - Комсомольск-на-Амуре: Изд-во Комсомольского-на-Амуре гос.техн.ун-та, 2015. - 108с.
2	Рекламный буклет: технологии создания	
3	Цвет в рекламе	
4	Композиция в рекламе	
5	Эротический компонент в рекламе	
6	Мифодизайн в рекламе	
7	Новые технологии в современной рекламе	
8	Интернет-реклама: сущность и технологии	
9	ВТЛ-технологии	
10	Реклама в печатных СМИ: сущность и технологии	
<b>Дисциплина 6. Брендинг</b>		
1	Сущность бренда	1. Домнин, В.Н. Брендинг: новые технологии в России / В. Н. Домнин. - 2-е изд. - СПб.: Питер, 2004. - 381с. 2. Карпова, С.В. Брендинг: Учебное пособие для вузов / С. В. Карпова. - М.: Кнорус, 2008. - 221с. 3. Рожков, И.Я. Брендинг: Учебник для бакалавров / И. Я. Рожков, В. Г. Кисмерешкин. - М.: Юрайт, 2013. - 331с. 4. Музыкант, В. Л. Брендинг: Управление брендом [Электронный ресурс] : учебное пособие / В. Л. Музыкант. - М.: ИЦ РИОР:
2	Этапы создания и продвижения бренда	
3	Анализ бренда (на выбор студента)	
4	Способы определения стоимости бренда	
5	Структура бренда	
6	Товарный знак. Логотип	
7	Фирменный стиль. Элементы фирменного стиля	
8	Брендинг и ребрендинг	
9	Брендбук	
10	Фирменный шрифт: сущность и требования	

		<p>НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 316 с. // ZNANIUM.COM : электронно-библиотечная система. – Режим доступа: <a href="http://znanium.com/catalog.php">http://znanium.com/catalog.php</a>, ограниченный. – Загл. с экрана.</p> <p>5. Годин, А. М. Брендинг [Электронный ресурс] : учебное пособие / А. М. Годин. - 3-е изд., перераб. и доп. - М.: Дашков и К, 2012. - 184 с. // ZNANIUM.COM : электронно-библиотечная система. – Режим доступа: <a href="http://znanium.com/catalog.php">http://znanium.com/catalog.php</a>, ограниченный. – Загл. с экрана.</p>
<b>Дисциплина 7. Маркетинговые исследования и ситуационный анализ</b>		
1	Анализ конкурентной среды в рекламе и связях с общественностью	<p>1. Голубков, Е.П. Маркетинговые исследования: теория, методология и практика: Учебник / Е. П. Голубков. - 3-е изд., перераб. и доп. - М.: Финпресс, 2003. - 493с.</p> <p>2. Божук, С.Г. Маркетинговые исследования / С. Г. Божук, Л. Н. Ковалик. - СПб.: Питер, 2004. - 297с.</p> <p>3. Черчилль, Г.А. Маркетинговые исследования / Г. А. Черчилль; Пер. с англ. Н.Амид [и др.]. - СПб.: Питер, 2003. - 748с.</p> <p>4. Аакер, Д. Маркетинговые исследования / Д. Аакер, В. Кумар, Дэй, Дж.; Пер. с англ. А.Шалека под ред. С.Божук. - 7-е изд. - СПб.: Питер, 2004. - 841с.</p> <p>5. Каменева, Н. Г. Поляков, В. А. Маркетинговые исследования [Электронный ресурс] : учебное пособие / Н.Г. Каменева, В.А. Поляков. - 2-е изд., доп. - М.: Вузовский учебник: НИЦ Инфра-М, 2013. з // ZNANIUM.COM : электронно-библиотечная система. – Режим доступа: <a href="http://znanium.com/catalog.php">http://znanium.com/catalog.php</a>, ограниченный. – Загл. с экрана.</p>
2	Анкетирование: методика проведения	
3	Интервьюирование: методика проведения	
4	Фокус-группа: методика проведения	
5	Выборка. Виды выборки	
6	Репрезентативность исследования	
7	SWOT-анализ	
8	Виды маркетинговых исследований	
9	Этапы маркетингового исследования	
10	Виды интервью	

Таблица 10 – Практические задания (задачи) выносимые на ГЭ

№	Содержание задания
---	--------------------

задания	
1	1. Составьте три зачина рекламного сообщения с использованием вопроса (зачин-вопрос); 2. Проанализируйте репутацию Главы г. Комсомольска-на-Амуре. Укажите на недостатки в имиджировании.
2	1. Составьте три зачина рекламного сообщения с использованием отрицания (зачин-отрицание); 2. Проанализируйте слоган: «Однажды...». Укажите недостатки слогана.
3	1. Составьте три зачина рекламного сообщения с использованием демонстрации бренда (зачин-демонстрация бренда); 2. Проанализируйте слоган: «Ожидание-игра желаний». Укажите недостатки слогана.
4	1. Составьте три зачина рекламного сообщения с использованием суперутверждения (зачин-суперутверждение); 2. Выделите целевую и ключевую аудиторию КНАГУ

### Пример экзаменационного билета:

#### Пример экзаменационного билета

Вопрос1 Виды интервью

Вопрос 2 Брендбук

Практическое задание.

1. Составьте три зачина рекламного сообщения с использованием демонстрации бренда (зачин-демонстрация бренда);
2. Проанализируйте слоган: «Совсем другое дело!». Укажите на ошибку в слогане.

### 7.3.2 Показатели и критерии оценки результатов ГЭ

При оценке уровня профессиональной подготовленности по результатам государственного экзамена необходимо учитывать следующие критерии:

- знание учебного материала (учебных дисциплин);
- знание нормативно-законодательных актов и различных информационных источников;
- способность к абстрактному логическому мышлению;
- умение выделить проблемы;
- умение определять и расставлять приоритеты;
- умение аргументировать свою точку зрения.

Описание показателей и критериев оценивания результатов государственного экзамена, а также шкалы оценивания приведены в таблице 11.

Таблица 11 – Показатели, критерии и уровни оценивания результатов ГЭ

Уровни оценивания	Описание показателей и критериев оценивания		
	Показатели оценивания	Критерии оценки теоретической части экзамена	Критерии оценки практического задания экзамена
Высокий уровень – оценка «отлично»	<ul style="list-style-type: none"> <li>- знание учебного материала (учебных дисциплин);</li> <li>- знание нормативно-законодательных актов и различных информационных источников;</li> <li>- способность к абстрактному логическому мышлению;</li> <li>- умение выделить проблемы;</li> <li>- умение определять и расставлять приоритеты;</li> <li>- умение аргументировать свою точку зрения;</li> <li>- умение применять теоретические знания для анализа конкретных производственных ситуаций и</li> </ul>	<p>1. полно раскрыто содержание материала билета; 2. материал изложен грамотно, в определенной логической последовательности, с точной терминологией; 3. показано умение иллюстрировать теоретические положения конкретными примерами, применять их в новой ситуации; 4. продемонстрировано усвоение ранее изученных сопутствующих вопросов, сформированность и устойчивость компетенций, умений и навыков; 5. ответ прозвучал самостоятельно, без наводящих вопросов; 6. допущены одна – две неточности при освещении второстепенных вопросов, которые исправляются по замечанию.</p>	<p>практическое задание выполнено на высоком качественном уровне, экзаменуемый продемонстрировал полностью сформированные умения и навыки в области связей с общественностью и рекламы, задание выполнено на высоком творческом (креативном) уровне.</p>
Средний уровень – оценка «хорошо»		<p>ответ удовлетворяет в основном требованиям на оценку «5», но при этом имеет недостатки: 1. в</p>	<p>практическое задание выполнено полностью,</p>

Уровни оценивания	Описание показателей и критериев оценивания		
	Показатели оценивания	Критерии оценки теоретической части экзамена	Критерии оценки практического задания экзамена
	решения прикладных проблем; - общий (культурный) и специальный (профессиональный) язык ответа	изложении допущены небольшие пробелы, не исказившие содержание ответа; 2. допущены один – два недочета при освещении основного содержания ответа, исправленные по замечанию экзаменатора; 3. допущены ошибка или более двух недочетов при освещении второстепенных вопросов, которые легко исправляются по замечанию экзаменатора.	экзаменуемый продемонстрировал сформированные умения и навыки в области рекламы и связей с общественностью, вместе с этим в выполненном задании присутствуют незначительные недочеты и (или) задание выполнено не на высоком (среднем) творческом (креативном) уровне
Низкий уровень – оценка «удовлетворительно»	- знание учебного материала (учебных дисциплин); - знание нормативно-законодательных актов и различных информационных источников; - способность к абстрактному логическому мышлению; - умение выделить проблемы; - умение определять и расставлять приоритеты; - умение аргументировать свою точку зрения; - умение применять теоретические знания для анализа конкретных производственных ситуаций и	1. неполно или непоследовательно раскрыто содержание материала, но показано общее понимание вопроса и продемонстрированы достаточные умения для усвоенного материала; 2. имелись затруднения или допущены ошибки в определении понятий, использовании терминологии, исправленные после наводящих вопросов; 3. при неполном знании теоретического материала выявлена недостаточная сформированность компетенций, умений и навыков, обучающийся не может применить теорию в новой ситуации.	Практическое задание выполнено частично (выполнена только одна часть из двух), экзаменуемый продемонстрировал частично сформированные умения и навыки в области рекламы и связей с общественностью
Недостаточный уровень - оценка «неудовлетворительно»		1. не раскрыто основное содержание учебного материала; 2. обнаружено незнание или непонимание большей или наиболее важной части	практическое задание не выполнено

Уровни оценивания	Описание показателей и критериев оценивания		
	Показатели оценивания	Критерии оценки теоретической части экзамена	Критерии оценки практического задания экзамена
	решения прикладных проблем; - общий (культурный) и специальный (профессиональный) язык ответа.	учебного материала; 3. допущены ошибки в определении понятий, при использовании терминологии, которые не исправлены после наводящих вопросов; 4. не сформированы компетенции, умения и навыки.	

## **7.4 Оценка уровня сформированности компетенций выпускника, контролируемых в процессе защиты выпускной квалификационной работы**

К выпускной квалификационной работе предъявляются следующие основные требования:

- раскрытие актуальности, теоретической и практической значимости темы;
- правильное использование законодательных и нормативных актов, методических, учебных пособий, а также научных и других источников информации, их критическое осмысление, и оценка практических материалов по выбранной теме;
- демонстрация способности владения современными методами и методиками в области теории рекламы и связей с общественностью;
- разработка целостного и законченного рекламного или PR-проекта, аргументированное обоснование выводов и формулировка предложений, представляющих практический интерес, с обязательным использованием практического материала, в том числе: анкетирование и интервьюирование исследование целевой аудитории, разработка конкретных рекламных или PR-мероприятий (разработка бренда, логотипа, фирменного стиля, корпоративного имиджа и т.д.), оценка конкурентной среды, составление матрицы SWOT-анализа, составление экономического обоснования проекта, составление медиаплана и т.д.;
- раскрытие способностей обеспечения систематизации и обобщения собранных по теме материалов, развития навыков самостоятельной работы при проведении научного исследования.

### **7.4.1 Тематика выпускных квалификационных работ**

При выборе темы необходимо учитывать ее актуальность в современных условиях, практическую значимость для учреждений, организаций и предприятий, где были получены первичные исходные данные для подготовки выпускной квалификационной работы.

При выборе темы целесообразно руководствоваться опытом, накопленным при написании курсовых работ, подготовки рефератов и докладов для выступления на семинарах и практических занятиях, конференциях, что позволит обеспечить преемственность научных и практических интересов.

Название темы выпускной квалификационной работы должно быть кратким, отражать основное содержание работы. В названии темы нужно указать объект и / или инструментарий, на которые ориентирована работа. В работе следует применять новые технологии и современные методы.

Примерная тематика ВКР:

1. Продвижение корпоративного издания в сети ИНТЕРНЕТ
2. Разработка и продвижение корпоративного издания высшего учебного заведения
3. Продвижение корпоративной радиостанции высшего учебного заведения
4. Продвижение имиджа Главы г. Комсомольск-на-Амуре в сети ИНТЕРНЕТ
5. Формирование корпоративной культуры промышленного предприятия
6. PR-проект торгового предприятия
7. Рекламный проект автошколы
8. PR- проект образовательного учреждения
9. PR-проект Муниципального учреждения культуры
10. Корпоративный музей в системе коммуникации организации (на примере корпоративных музеев в г. Комсомольске-на-Амуре)
11. Рекламный проект стоматологической клиники
12. Организация связей с общественностью в образовательном учреждении

13. Формирование благоприятного имиджа и положительной производственной репутации у предприятия сферы коммунального обслуживания
14. PR-проект патронатной семьи «Папа, мама, я – счастливая семья»
15. Повышение электоральной привлекательности партии «Единая Россия» среди молодежи
16. Молодежная политика как фактор повышения привлекательности промышленного предприятия
17. Разработка имиджа Главы г. Комсомольск-на-Амуре
18. Интернет-сопровождение деятельности муниципального учреждения
19. Рекламный проект ритуального агентства
20. Организация профориентационной работы в КНАГУ

## 7.4.2 Показатели и критерии оценки ВКР

Таблица 12 – Качество и уровень ВКР (проект)

Показатели оценивания	Уровни оценивания и описание критериев			
	Недостаточный уровень - «неудовлетворительно»	Низкий уровень - «удовлетворительно»	Средний уровень - «хорошо»	Высокий уровень - «отлично»
<b>Актуальность темы и ее практическая значимость</b>	Актуальность исследования автором не обосновывается. Неясны цели и задачи работы (либо они есть, но абсолютно не согласуются с содержанием)	Актуальность либо вообще не сформулирована, либо сформулирована не в самых общих чертах – проблема не выявлена. Не четко сформулированы цель, задачи, предмет, объект проектирования, методы, используемые в работе.	Автор обосновывает актуальность проектирования объекта в целом, а не собственной темы. Сформулированы цель, задачи, предмет, объект проектирования. Тема работы сформулирована более или менее точно.	Актуальность проблемы проектирования объекта обоснована анализом состояния действительности. Сформулированы цель, задачи, предмет, объект проектирования, методы, используемые в работе.
<b>Уровень проектного решения – оригинальность</b>	Использованы известные аналоги	Использованы как известные аналоги, так и оригинальное решение отдельных элементов	Использовано оригинальное решение отдельных элементов	Использовано принципиально новое решение
<b>Уровень расчетно - теоретического раздела проекта</b>	Использованы известные традиционные подходы	Использованы как известные традиционные подходы, так и оригинальные решения некоторых разделов	Использованы как оригинальные решения некоторых разделов, так и новые расчетные и (или) теоретические решения	Использованы новые расчетные и теоретические решения
<b>Уровень разработки основного раздела проекта</b>	Использованы традиционные технологические, управленческие и т. п. решения	Использованы как традиционные технологические, управленческие и т. п. решения, так и элементы новых технологических, или в управленческих и т. п. решений	Использованы как традиционные технологические, управленческие и т. п. решения, так и элементы новых технологических, управленческих и т. п. решений	Использованы новые технологические, управленческие и т. п. решения

Показатели оценивания	Уровни оценивания и описание критериев			
	Недостаточный уровень - «неудовлетворительно»	Низкий уровень - «удовлетворительно»	Средний уровень - «хорошо»	Высокий уровень - «отлично»
<b>Уровень разработки разделов сопровождения проекта</b>	Использованы традиционные технологические, управленческие и т. п. решения	Использованы как традиционные технологические, управленческие и т. п. решения, так и элементы новых технологических, или управленческих и т. п. решений	Использованы как традиционные технологические, , управленческие и т. п. решения, так и элементы новых технологических, управленческих и т. п. решений	Использованы новые технологические, управленческие и т. п. решения
<b>Апробация и публикация результатов работы</b>	Апробации и публикации не было	Был сделан доклад на внутривузовской конференции и (или) осуществлена публикация во внутривузовском журнале	Был сделан доклад на региональной конференции и (или) осуществлена публикация в региональном журнале	Был сделан доклад на всероссийской и (или) международной конференции и (или) осуществлена публикация общероссийском журнале
<b>Внедрение</b>	Нет	Рекомендовано ГЭК к внедрению	Принято к внедрению	Внедрено
<b>Качество оформления</b>	Много нарушений правил оформления и низкая культура ссылок. Автор не может назвать и кратко изложить содержание используемых источников. Использовано менее 5 источников литературы.	Представленная ВКР имеет отклонения и не во всем соответствует предъявляемым требованиям. Автор путается в содержании используемых источников. Использовано менее 10 источников литературы.	Есть некоторые недочеты в оформлении работы, в оформлении ссылок. Автор ориентируется в содержании используемых источников. Использовано более 10 источников литературы	Соблюдены все правила оформления работы. Автор легко ориентируется в содержании используемых источников. Использовано более 20 источников литературы

Таблица 14 – Качество защиты ВКР

Показатели оценивания	Уровни оценивания и описание критериев			
	Недостаточный уровень - «неудовлетворительно»	Низкий уровень - «удовлетворительно»	Средний уровень - «хорошо»	Высокий уровень - «отлично»
<b>Качество доклада на заседании ГЭК</b>	Автор совсем не ориентируется в терминологии работы, защиту строит не связно, допускает существенные ошибки	Автор, в целом, владеет терминологией, но допускает неточности и ошибки при толковании основных положений и результатов работы. Защита, прошла сбивчиво, неуверенно и нечетко.	Автор достаточно уверенно владеет терминологией, защиту строит связно, но допускает незначительные неточности при ответах. Использует наглядный материал.	Автор уверенно владеет терминологией, защиту строит связно, использует наглядный материал: презентации, схемы, таблицы и др.
<b>Правильность и аргументированность ответов на вопросы</b>	Автор обнаруживает неумение применять полученные знания в ответах на вопросы членов ГЭК	Автор показал слабую ориентировку в тех понятиях, терминах, которые использует в своей работе, и затрудняется в ответах на вопросы членов ГЭК.	Автор достаточно уверенно владеет содержанием работы, в основном, отвечает на поставленные вопросы, но допускает незначительные неточности при ответах.	Автор уверенно показывает свою точку зрения, опираясь на соответствующие теоретические положения, грамотно и содержательно отвечает на поставленные вопросы.
<b>Эрудиция и знания в области профессиональной деятельности</b>	Автор обнаруживает непонимание содержательных основ в области профессиональной деятельности и неумение применять полученные знания на практике.	Автор допускает неточности и ошибки при толковании основных положений и результатов работы, не имеет собственной точки зрения на проблему исследования.	Автор достаточно уверенно осуществляет содержательный анализ теоретических источников, но допускает отдельные неточности в теоретическом обосновании или допущены отступления в практической части от законов композиционного решения.	Автор уверенно осуществляет сравнительно-сопоставительный анализ разных теоретических подходов, практическая часть ВКР выполнена качественно и на высоком уровне.

Показатели оценивания	Уровни оценивания и описание критериев			
	Недостаточный уровень - «неудовлетворительно»	Низкий уровень - «удовлетворительно»	Средний уровень - «хорошо»	Высокий уровень - «отлично»
<b>Свобода владения материалом ВКР</b>	Автор обнаруживает непонимание материалов ВКР и проявляет неумение применять полученные материалы даже с помощью членов комиссии.	Автор, в целом, владеет содержанием работы, но при этом показал слабую ориентировку в тех понятиях, терминах, которые использует в своей работе. Практическая часть ВКР выполнена некачественно	Автор достаточно уверенно владеет содержанием материалов работы, но допускает отдельные неточности при защите ВКР. Практическая часть ВКР выполнена качественно	Автор уверенно владеет содержанием работы, показывает свою точку зрения, опираясь на соответствующие теоретические положения.

Результаты оценивания вносятся в сводный оценочный лист обучающегося (приложение 1) и сводный оценочный лист по направлению подготовки/специальности.

Итоговая оценка за ВКР выставляется студенту на основании среднеарифметической величины по всем показателям, входящим в сводный оценочный лист обучающегося.

## 8 Образовательные, научно-исследовательские и научно-производственные технологии, используемые при подготовке к ГИА

Для реализации компетентностного подхода используются как традиционные формы и методы обучения, так и интерактивные формы (круглый стол, взаиморецензирование, представление и обсуждение проектных разработок), направленные на формирование у выпускников навыков коллективной работы, умения анализировать, синтезировать, готовить публикации и доклады по результатам ВКР и презентовать их.

### 8.1 Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

1 Электронно-библиотечная система ZNANIUM.COM [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://znanium.com/>. - Загл. с экрана.

2 Электронно-библиотечная система IPRbooks [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/>. - Загл. с экрана.

3 Научная электронная библиотека [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://elibrary.ru/defaultx.asp>, свободный. - Загл. с экрана.

### 8.2 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

1 Официальный сайт Российской ассоциации по связям с общественностью: <https://www.raso.ru/>

2 Специализированный портал CreateBrand: <http://www.createbrand.ru/about/>

### 8.3 Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение

Таблица 15 – Перечень используемого программного обеспечения

Наименование ПО	Реквизиты / условия использования
Microsoft Imagine Premium	Лицензионный договор АЭ223 №008/65 от 11.01.2019
OpenOffice	Свободная лицензия, условия использования по ссылке: <a href="https://www.openoffice.org/license.html">https://www.openoffice.org/license.html</a>
Консультант Плюс	Договор о сотрудничестве от 05.12.2002 Договор № 50 от 03.06.2015 Договор № 45 от 17 мая 2017

## 9 Материально-техническое обеспечение ГИА

Таблица 16 – Материально-техническое обеспечение ГИА

Наименование оборудованных учебных кабинетов	Адрес (местоположение) учебных кабинетов
Специальные помещения: Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, текущего контроля и промежуточной аттестации и др., оборудованная специализированной (учебной) мебелью; набором демонстрационного оборудования для представления информации: мультимедиа-проектор, компьютер	ауд. 403 корп. 4

компьютерный класс (учебная аудитория) для групповых и индивидуальных консультаций, для проведения курсового проектирования (выполнения курсовых работ), организации самостоятельной работы, в том числе, научно-исследовательской, оборудованная учебной мебелью, компьютерами с неограниченным доступом к сети Интернет, включая доступ к ЭБС	ауд. 320 корп. 4
---	------------------

### 10 Сведения о внесённых изменениях на текущий учебный год

Учебный год	Решение кафедры (№ протокола, дата протокола)	Внесённые изменения

## Форма сводного оценочного листа обучающегося

Показатель	Оценка			
	«неудовлетворительно»	«удовлетворительно»	«хорошо»	«отлично»
<b>Качество и уровень ВКР</b>				
Актуальность тематик и ее значимость				
Оценка методики исследований				
Оценка теоретического содержания работы				
Разработка мероприятий по реализации работы				
Апробация и публикация результатов работы				
Внедрение				
Качество оформления				
<b>Качество защиты ВКР</b>				
Качество доклада на заседании ГЭК				
Правильность и аргументированность ответов на вопросы				
Эрудиция и знания в области профессиональной деятельности				
Свобода владения материалом ВКР				
Итоговая оценка ВКР*				
* Итоговая оценка ВКР формируется как среднеарифметическая величина оценок по показателям качества и уровня ВКР, качества защиты ВКР				