

Приложение 5
к основной профессиональной образовательной программе
по направлению подготовки 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью»
направленность (профиль) программы «Рекламные технологии бизнеса»

**Министерство образования и науки Российской Федерации
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова»**



Одобрено
на заседании совета факультета маркетинга
протокол № 7 от «30» 01 2017 г
Председатель совета факультета маркетинга
_____/Е.А. Окунькова

Факультет маркетинга

Кафедра рекламы, связей с общественностью и дизайна

**ПРОГРАММА
БЗ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ИТОГОВОЙ АТТЕСТАЦИИ**

Направление подготовки

42.04.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль) программы

Рекламные технологии бизнеса

Уровень высшего образования Магистратура

Программа подготовки Академическая магистратура

Москва 2017 г.

Рецензенты:


- 1) Мусатова Ж.Б., доцент кафедры Маркетинга ФГБОУ ВО «РЭУ им. Г.В. Плеханова»
- 2) Орлова И.В., профессор РАНХиГС при Президенте РФ

Программа государственной итоговой аттестации (ГИА) содержит ее цели, задачи, требования к выпускной квалификационной работе (магистерской диссертации), примерную тематику ВКР, критерии оценки.

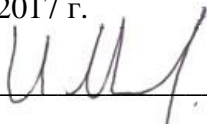
Тематика ВКР разработана на основе учебных дисциплин, изучаемых в рамках направления и направленности (профиля) подготовки магистра «Реклама и связи с общественностью»: Рекламные технологии бизнеса, а также с учетом необходимости освоения компетенций в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению магистратуры 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью».

Программа государственной итоговой аттестации составлена на основании ФГОС ВО уровня магистратуры по направлению подготовки «Реклама и связи с общественностью», утвержденного приказом Министерства образования и науки РФ № 372 от «08» апреля 2015 года и ОПОП, разработанной ФГБОУ ВО «РЭУ им. Г.В. Плеханова».


Составитель(и):

 / Д.В. Федюнин, д.э.н., проф., кафедра рекламы, связей с общественностью и дизайна

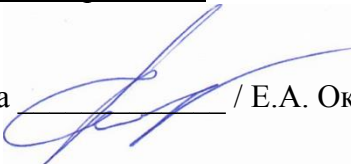
Программа ГИА одобрена на заседании кафедры рекламы, связей с общественностью и дизайна
протокол № 9 от «26» мая 2017 г.

Заведующий кафедрой  / И.Е. Минтусов

Программа ГИА одобрена на заседании совета ОНЦ «Торговля»
протокол № 1 от «05» сентября 2017 г.

Председатель совета ОНЦ «Торговля»  / А.В. Шишкин

Программа ГИА одобрена советом факультета маркетинга
протокол № 8 от «06» сентября 2017 г.

Председатель совета факультета маркетинга  / Е.А. Окунькова

Дополнения и изменения, внесенные в программу ГИА, утверждены на заседании кафедры _____, протокол № ____ от « ____ » _____ 201 _ г.

Заведующий кафедрой _____
(подпись) (Ф.И.О.)

Одобрено советом ОНЦ/ ЦГП _____
протокол № ____ от « ____ » _____ 201 _ г.

Председатель совета ОНЦ/ЦГП _____
(подпись) (Ф.И.О.)

Одобрено советом _____ факультета,
протокол № ____ от « ____ » _____ 201 _ г.

Председатель совета факультета _____
(подпись) (Ф.И.О.)

Дополнения и изменения, внесенные в программу ГИА, утверждены на заседании кафедры _____, протокол № ____ от « ____ » _____ 201 _ г.

Заведующий кафедрой _____
(подпись) (Ф.И.О.)

Одобрено советом ОНЦ/ ЦГП _____
протокол № ____ от « ____ » _____ 201 _ г.

Председатель совета ОНЦ/ЦГП _____
(подпись) (Ф.И.О.)

Одобрено советом _____ факультета,
протокол № ____ от « ____ » _____ 201 _ г.

Председатель совета факультета _____
(подпись) (Ф.И.О.)

Дополнения и изменения, внесенные в программу ГИА, утверждены на заседании кафедры _____, протокол № ____ от « ____ » _____ 201 _ г.

Заведующий кафедрой _____
(подпись) (Ф.И.О.)

Одобрено советом ОНЦ/ ЦГП _____
протокол № ____ от « ____ » _____ 201 _ г.

Председатель совета ОНЦ/ЦГП _____
(подпись) (Ф.И.О.)

Одобрено советом _____ факультета,
протокол № ____ от « ____ » _____ 201 _ г.

Председатель совета факультета _____
(подпись) (Ф.И.О.)

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	5
1. Цель и задачи государственной итоговой аттестации выпускников	5
2. Формы и принципы государственной итоговой аттестации	6
3. Время проведения государственной итоговой аттестации	6
4. Трудоемкость государственной итоговой аттестации	6
5. Оценочные средства для государственной итоговой аттестации	6
5.1. Перечень компетенций, которыми должны овладеть выпускники в результате освоения образовательной программы.....	6
5.2. Ответственность за формирование ФОС.....	13
Содержание государственной итоговой аттестации	13
5.3. Выпускная квалификационная работа (ВКР).....	13
5.3.1. Цели и задачи выпускной квалификационной работы	13
5.3.2. Выбор темы выпускной квалификационной работы.....	14
5.3.3. Структура и содержание выпускной квалификационной работы.....	15
5.3.4. Порядок выполнения и представления в государственную экзаменационную комиссию выпускной квалификационной работы.....	15
5.3.5. Соотношение содержания разделов ВКР совокупным ожидаемым результатом обучения.....	16
5.3.6. Процедура защиты выпускной квалификационной работы	16
5.3.7. Оценка качества выполнения и защиты выпускной квалификационной работы магистра	17
5.3.8. Критерии оценки выпускной квалификационной работы магистра.....	17
6. Особенности проведения государственной итоговой аттестации для лиц с ограниченными возможностями здоровья	19
6.1 Наличие соответствующих условий проведения ГИА	19
6.2 Обеспечение соблюдения общих требований	19
6.3 Реализация увеличения продолжительности сдачи ГИА по отношению к установленной продолжительности его сдачи для обучающегося с ограниченными возможностями здоровья.....	19
7. Материально-техническое обеспечение ГИА.....	19
ПРИЛОЖЕНИЯ.....	20
Приложение 1	20
Приложение 2	21
Приложение 3	22

ВВЕДЕНИЕ

Программа государственной итоговой аттестации составлена на основании Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью» (уровень магистратуры) и учебного плана по направлению 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью» магистерская программа «Рекламные технологии бизнеса».

Государственная итоговая аттестация, завершающая освоение основной профессиональной образовательной программы высшего образования (программы магистратуры), является итоговой аттестацией обучающихся по программе магистратуры.

Организация и проведение государственной итоговой аттестации в ФГБОУ ВО «РЭУ им. Г.В. Плеханова» определяется Порядком проведения государственной итоговой аттестации по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета и программам магистратуры, утверждённым приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 29 июня 2015 г. № 636 и локальными документами:

- Положение о порядке проведения государственной итоговой аттестации по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета и программам магистратуры в федеральном государственном бюджетном образовательном учреждении высшего образования «Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова»;

- Методические указания по написанию выпускной квалификационной работы (ВКР) в федеральном государственном бюджетном образовательном учреждении высшего образования «Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова».

Государственная итоговая аттестация проводится государственными экзаменационными комиссиями в целях определения соответствия результатов освоения обучающимися программы магистратуры соответствующим требованиям федерального государственного образовательного стандарта, выявление подготовленности выпускника к профессиональной деятельности. К государственной итоговой аттестации допускаются обучающиеся, в полном объеме выполнившие учебный план или индивидуальный учебный план по соответствующей программе магистратуры.

В соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью» в блок «Государственная итоговая аттестация» входят:

- подготовка к процедуре защиты и процедура защиты выпускной квалификационной работы (уровень подготовки магистратуры).

1. Цель и задачи государственной итоговой аттестации выпускников

Целью государственной итоговой аттестации (в дальнейшем – ГИА) является установление степени соответствия уровня качества подготовки выпускника высшего учебного заведения к выполнению профессиональных задач и соответствия его требованиям федерального государственного образовательного стандарта высшего образования (ФГОС ВО) и основной профессиональной образовательной программы (ОПОП) по направлению подготовки магистров 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью» магистерская программа «Рекламные технологии бизнеса» и степени овладения выпускниками необходимыми компетенциями.

Задачи государственной итоговой аттестации: комплексная оценка уровня подготовки выпускников Университета, которая:

- строится с учетом изменений в содержании и организации профессиональной подготовки выпускников, описываемых в рамках деятельностной парадигмы образования;
- оценивает уровень сформированности у выпускника необходимых компетенций, степени владения выпускником теоретическими знаниями, умениями и практическими навыками для профессиональной деятельности;
- учитывает возможность продолжения образования студентом на более высоких ступенях.

2. Формы и принципы государственной итоговой аттестации

К видам аттестационных испытаний государственной итоговой аттестации выпускников относятся:

- защита выпускной квалификационной работы (магистерской диссертации).

Отбор содержания и способов организации государственной итоговой аттестации выпускников осуществляется на основе следующих принципов:

- принцип ориентации на современную образовательную парадигму, которая позволяет рассматривать образование как феномен экономики, управления, культуры и как основной ресурс развития человека, общества, государства;
- принцип учёта готовности выпускника к постоянно изменяющимся условиям профессиональной деятельности;
- принцип практико-ориентированности в виде учета основных типов профессиональных задач, к решению которых должен быть готов выпускник;
- принцип учета готовности выпускника к продолжению образования, постоянного расширения своих профессиональных компетенций.

3. Время проведения государственной итоговой аттестации

Порядок и сроки проведения аттестационных испытаний устанавливаются на основании Положения о порядке проведения государственной итоговой аттестации по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета и программам магистратуры в федеральном государственном бюджетном образовательном учреждении высшего образования «Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова», и в соответствии с графиком учебного процесса по направлению подготовки магистров 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью», магистерская программа «Рекламные технологии бизнеса».

В соответствии с решением Ученого совета Университета для основных образовательных программ подготовки магистров итоговые аттестационные испытания проводятся в форме защиты выпускной квалификационной работы (магистерской диссертации).

Продолжительность государственной итоговой аттестации составляет 4 недели (написание, подготовка к защите и непосредственно защита выпускной квалификационной работы).

4. Трудоемкость государственной итоговой аттестации

Общая трудоемкость государственной итоговой аттестации по направлению подготовки магистров 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью», магистерская программа «Рекламные технологии бизнеса» составляет **6** зачетных единиц трудоемкости (З.Е.), которые отводятся на написание ВКР и ее защиту.

5. Оценочные средства для государственной итоговой аттестации

5.1 Перечень компетенций, которыми должны овладеть выпускники в результате освоения образовательной программы

Государственная итоговая аттестация имеет целью определение степени соответствия уровня подготовленности выпускников требованиям образовательного стандарта. При этом проверяются сформированные компетенции - теоретические знания и практические навыки выпускника в соответствии с компетентностной моделью (таблица 1), являющейся структурным компонентом ОПОП. В частности, проверяется обладание следующими компетенциями выпускников - магистров по направлению 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью», магистерская программа «Рекламные технологии бизнеса».

Перечень компетенций, формируемых и проверяемых в результате государственной итоговой аттестации по направлению 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью», магистерская программа «Рекламные технологии бизнеса»

Компетенции	Формы государственных аттестационных испытаний	Результаты освоения компетенций <i>В соответствии с Компетенциями выпускника вуза как совокупный ожидаемый результат образования по завершении освоения ОПОП ВО (Компетентностная модель выпускника)</i>
	защита выпускной квалификационной работы	
ОК-1 - способностью к абстрактному мышлению, анализу, синтезу	+	Знать: основные методы и принципы абстрактного мышления, анализа и синтеза применительно к сфере рекламы и связей с общественностью; Уметь: использовать инструментарий абстрактного мышления, анализа и синтеза применительно к решению основных проблем в сфере рекламы и связей с общественностью; Владеть: навыками оценки эффективности абстрактного мышления, анализа и синтеза с точки зрения достигнутых результатов в сфере рекламы и связей с общественностью.
ОК-2 - готовностью действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения	+	Знать: основы, методы и методологию совершения действия в нестандартных ситуациях применительно к организации и управлению рекламной деятельности в различных отраслях и сферах хозяйствования; Уметь: использовать инструментарий и средства совершения действий в нестандартных ситуациях с точки зрения преодоления основных замечаний и критики рекламной деятельности со стороны целевых аудиторий; Владеть: навыками оценки необходимого уровня социальной и этической ответственности за принятые решения в сфере рекламы и связей с общественностью.
ОК-3 – готовностью к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала	+	Знать: основы, методы и методологию обеспечения саморазвития, самореализации, использования творческого потенциала работника, занятого реализацией вопросов рекламы и связей с общественностью; Уметь: использовать инструментарий и средства обеспечения саморазвития, самореализации, использования творческого потенциала работника, занятого реализацией вопросов рекламы и связей с общественностью; Владеть: навыками оценки результатов, согласованности и гармоничности процессов саморазвития, самореализации, использования творческого потенциала работника, занятого реализацией вопросов рекламы и связей с общественностью.
ОК-4 – способностью к самостоятельному обучению новым методам исследования, к изменению научного и научно-производственного профиля своей профессиональной деятельности	+	Знать: основы, методы и методологии самостоятельного обучения новым методам исследования в сфере рекламы и связей с общественностью; Уметь: использовать инструментарий изменения научного и научно-производственного профиля своей профессиональной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью; Владеть: навыками оценки результатов самостоятельного обучения новым методам исследования в сфере рекламы и связей с общественностью, изменения научного и научно-производственного профиля своей профессиональной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью.
ОК-5 - способность свободно пользоваться иностранными языками как средством делового	+	Знать: основы иностранных языков как средства делового общения в сфере рекламы и связей с общественностью; Уметь: грамотно и доступно излагать свою речь на иностранных языках в рамках делового общения по вопросам рекламы и связей с общественностью;

общения		Владеть: навыками оценки результатов использования иностранных языков как средства делового общения в сфере рекламы и связей с общественностью.
ОК-6 - способностью воспринимать различия этнических особенностей, традиций и культур, самостоятельно работать в кросс культурном пространстве и на международном уровне	+	Знать: основы, методы и методологии восприятия различий этнических особенностей, традиций и культур применительно к сфере рекламы и связей с общественностью; Уметь: использовать инструментарий самостоятельной работы в кросс культурном пространстве и на международном уровне реализации кампаний по рекламе и связям с общественностью; Владеть: навыками оценки результатов восприятия различий этнических особенностей, традиций и культур применительно к сфере рекламы и связей с общественностью, самостоятельной работы в кросс культурном пространстве и на международном уровне реализации кампаний по рекламе и связям с общественностью.
ОПК-1 - способностью руководить осуществлением профессиональных функций в области рекламы и связей с общественностью в государственных, общественных, коммерческих структурах, средствах массовой информации, в социальной сфере, сфере политики, экономики, производства, торговли, науки, культуры, спорта	+	Знать: основы, методы и методологию руководства осуществлением профессиональных функций в области рекламы и связей с общественностью в государственных, общественных, коммерческих структурах, средствах массовой информации, в социальной сфере, сфере политики, экономики, производства, торговли, науки, культуры, спорта; Уметь: использовать инструментарий руководства осуществлением профессиональных функций в области рекламы и связей с общественностью в государственных, общественных, коммерческих структурах, средствах массовой информации, в социальной сфере, сфере политики, экономики, производства, торговли, науки, культуры, спорта; Владеть: навыками оценки результатов руководства осуществлением профессиональных функций в области рекламы и связей с общественностью в государственных, общественных, коммерческих структурах, средствах массовой информации, в социальной сфере, сфере политики, экономики, производства, торговли, науки, культуры, спорта.
ОПК-2 - способностью планировать и осуществлять коммуникационные кампании и мероприятия	+	Знать: основы, методы и методологию планирования и осуществления коммуникационных кампаний и мероприятий; Уметь: использовать инструментарий планирования и осуществления коммуникационных кампаний и мероприятий; Владеть: навыками оценки результатов планирования и осуществления коммуникационных кампаний и мероприятий.
ОПК-3 – владением корректной устной и письменной речью в рамках профессиональной тематики на русском и иностранных языках	+	Знать: основы, методы и методологию владения корректной устной и письменной речью в рамках тематики рекламы и связей с общественностью на русском и иностранном языках; Уметь: использовать инструментарий владения корректной устной и письменной речью в рамках тематики рекламы и связей с общественностью на русском и иностранном языках; Владеть: навыками оценки результатов владения корректной устной и письменной речью в рамках тематики рекламы и связей с общественностью на русском и иностранном языках.
ОПК-4 - способностью вести диалог, переписку, переговоры на иностранном языке в рамках поставленных задач для решения профессиональных вопросов	+	Знать: основы, методы и методологию ведения диалога, переписки, переговоров на иностранном языке в рамках поставленных задач для решения профессиональных вопросов в сфере рекламы и связей с общественностью; Уметь: использовать инструментарий ведения диалога, переписки, переговоров на иностранном языке в рамках поставленных задач для решения профессиональных вопросов в сфере рекламы и связей с общественностью; Владеть: навыками оценки результатов ведения диалога, переписки, переговоров на иностранном языке в рамках поставленных задач для решения профессиональных вопросов в сфере рекламы и связей с общественностью.
ОПК-5 - владением техниками	+	Знать: основы, методы и методологию владения техниками установления профессиональных контактов и развития

установления профессиональных контактов и развития профессионального общения, в том числе на иностранных языках		<p>профессионального общения в сфере рекламы и связей с общественностью, в том числе на иностранных языках;</p> <p>Уметь: использовать инструментарий владения техниками установления профессиональных контактов и развития профессионального общения в сфере рекламы и связей с общественностью, в том числе на иностранных языках;</p> <p>Владеть: навыками оценки результатов владения техниками установления профессиональных контактов и развития профессионального общения в сфере рекламы и связей с общественностью, в том числе на иностранных языках.</p>
ОПК-6 - владением методами делового общения в интернациональной среде, способностью использовать особенности местной деловой культуры зарубежных стран	+	<p>Знать: основы, методы и методологию владения методами делового общения в интернациональной среде рекламы и связей с общественностью, использования в рекламе и связях с общественностью особенностей местной деловой культуры зарубежных стран;</p> <p>Уметь: использовать инструментарий владения методами делового общения в интернациональной среде рекламы и связей с общественностью, использования в рекламе и связях с общественностью особенностей местной деловой культуры зарубежных стран;</p> <p>Владеть: навыками оценки результатов владения методами делового общения в интернациональной среде рекламы и связей с общественностью, использования в рекламе и связях с общественностью особенностей местной деловой культуры зарубежных стран.</p>
ОПК-7 - способностью самостоятельно приобретать с помощью информационных технологий и использовать в практической деятельности новые знания и умения, в том числе в новых областях знаний, непосредственно не связанных со сферой деятельности	+	<p>Знать: основы, методы и методологию самостоятельного приобретения с помощью информационных технологий и использования в практической деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью новых знаний и умений, в том числе в новых областях знаний, непосредственно не связанных со сферой деятельности;</p> <p>Уметь: использовать инструментарий самостоятельного приобретения с помощью информационных технологий и использования в практической деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью новых знаний и умений, в том числе в новых областях знаний, непосредственно не связанных со сферой деятельности;</p> <p>Владеть: навыками оценки результатов самостоятельного приобретения с помощью информационных технологий и использования в практической деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью новых знаний и умений, в том числе в новых областях знаний, непосредственно не связанных со сферой деятельности.</p>
ОПК-8 - готовностью на практике защитить свои законные права, в том числе права личности, при уважении к соответствующим правам других в многоэтничном и интернациональном окружении	+	<p>Знать: основы, методы и методологию защиты своих законных прав, в том числе прав личности, при уважении к соответствующим правам других в многоэтничном и интернациональном окружении коммуникационного пространства;</p> <p>Уметь: использовать инструментарий защиты своих законных прав, в том числе прав личности, при уважении к соответствующим правам других в многоэтничном и интернациональном окружении коммуникационного пространства;</p> <p>Владеть: навыками оценки результатов защиты своих законных прав, в том числе прав личности, при уважении к соответствующим правам других в многоэтничном и интернациональном окружении коммуникационного пространства.</p>
ОПК-9 – способностью нести персональную ответственность за результаты своей профессиональной деятельности	+	<p>Знать: основы, методы и методологию несения персональной ответственности за результаты своей профессиональной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью;</p> <p>Уметь: использовать инструментарий несения персональной ответственности за результаты своей профессиональной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью;</p> <p>Владеть: навыками оценки результатов несения персональной ответственности за результаты своей профессиональной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью.</p>
ПК-12 – способностью	+	<p>Знать: основы, методы и методологию определения стратегических целей и руководства проектированием,</p>

определять стратегические цели и руководить проектированием, планированием, подготовкой и реализацией коммуникационных кампаний и мероприятий		планированием, подготовкой и реализацией коммуникационных кампаний и мероприятий; Уметь: использовать инструментарий определения стратегических целей и руководства проектированием, планированием, подготовкой и реализацией коммуникационных кампаний и мероприятий; Владеть: навыками оценки результатов определения стратегических целей и руководства проектированием, планированием, подготовкой и реализацией коммуникационных кампаний и мероприятий.
ПК-13 – способностью руководить созданием эффективной коммуникационной инфраструктуры организации	+	Знать: основы, методы и методологию руководства созданием эффективной коммуникационной инфраструктуры организации; Уметь: использовать инструментарий руководства созданием эффективной коммуникационной инфраструктуры организации; Владеть: навыками оценки результатов руководства созданием эффективной коммуникационной инфраструктуры организации.
ПК-14 – способностью разрабатывать стратегические концепции и бизнес-планы проектов, задания на их разработку, осуществлять руководство проектной деятельностью	+	Знать: основы, методы и методологию разработки стратегических концепций и бизнес-планов проектов, задания на их разработку, осуществления руководства проектной деятельностью в сфере рекламы и связей с общественностью; Уметь: использовать инструментарий разработки стратегических концепций и бизнес-планов проектов, задания на их разработку, осуществления руководства проектной деятельностью в сфере рекламы и связей с общественностью; Владеть: навыками оценки результатов разработки стратегических концепций и бизнес-планов проектов, задания на их разработку, осуществления руководства проектной деятельностью в сфере рекламы и связей с общественностью.
ПК-15 – способностью оценивать качество и эффективность проектов с учетом возможностей использования современных методов их реализации, контроля и корректировки	+	Знать: основы, методы и методологию оценки качества и эффективности проектов в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом возможностей использования современных методов их реализации, контроля и корректировки; Уметь: использовать инструментарий оценки качества и эффективности проектов в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом возможностей использования современных методов их реализации, контроля и корректировки; Владеть: навыками прогнозирования результатов оценки качества и эффективности проектов в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом возможностей использования современных методов их реализации, контроля и корректировки.
ПК-16 – способностью использовать элементы экономического анализа в практической деятельности и разрабатывать технико-экономические обоснования проектов	+	Знать: основы, методы и методологию использования элементов экономического анализа в практической деятельности и разработки технико-экономические обоснования проектов в сфере рекламы и связей с общественностью; Уметь: применять инструментарий использования элементов экономического анализа в практической деятельности и разработки технико-экономические обоснования проектов в сфере рекламы и связей с общественностью; Владеть: навыками оценки результатов использования элементов экономического анализа в практической деятельности и разработки технико-экономические обоснования проектов в сфере рекламы и связей с общественностью.
ПК-17 – способностью руководить подготовкой и проведением количественных и	+	Знать: основы, методы и методологию руководства подготовкой и проведением количественных и качественных исследований в сфере рекламы и связей с общественностью; Уметь: использовать инструментарий руководства подготовкой и проведением количественных и качественных

качественных исследований		исследований в сфере рекламы и связей с общественностью; Владеть: навыками оценки результатов руководства подготовкой и проведением количественных и качественных исследований в сфере рекламы и связей с общественностью.
ПК-18 – способностью разрабатывать планы, программы и другие материалы прогнозно-аналитического характера	+	Знать: основы, методы и методологию разработки планов программ и других материалов прогнозно-аналитического характера в сфере рекламы и связей с общественностью; Уметь: использовать инструментарий разработки планов программ и других материалов прогнозно-аналитического характера в сфере рекламы и связей с общественностью; Владеть: навыками оценки результатов разработки планов программ и других материалов прогнозно-аналитического характера в сфере рекламы и связей с общественностью.
ПК-19 – способностью осуществлять консультирование по вопросам рыночных и социальных исследований, планирования и организации кампаний и мероприятий в области рекламы и связей с общественностью, управления деятельностью в сфере профессиональных компетенций	+	Знать: основы, методы и методологию консультирования по вопросам рыночных и социальных исследований, планирования и организации кампаний и мероприятий в области рекламы и связей с общественностью, управления деятельностью в сфере профессиональных компетенций; Уметь: использовать инструментарий консультирования по вопросам рыночных и социальных исследований, планирования и организации кампаний и мероприятий в области рекламы и связей с общественностью, управления деятельностью в сфере профессиональных компетенций; Владеть: навыками оценки результатов консультирования по вопросам рыночных и социальных исследований, планирования и организации кампаний и мероприятий в области рекламы и связей с общественностью, управления деятельностью в сфере профессиональных компетенций.
ПК-20 – способностью ставить задачи исследования, выбирать методы экспериментальной работы, подготавливать базу для научных исследований	+	Знать: основы, методы и методологию постановки задач исследования, выбора методов экспериментальной работы, подготовки базу для научных исследований в сфере рекламы и связей с общественностью; Уметь: использовать инструментарий постановки задач исследования, выбора методов экспериментальной работы, подготовки базу для научных исследований в сфере рекламы и связей с общественностью; Владеть: навыками оценки результатов постановки задач исследования, выбора методов экспериментальной работы, подготовки базу для научных исследований в сфере рекламы и связей с общественностью.
ПК-21 – способностью применять в исследованиях основные концепции и принципы самоорганизации, эволюции, воспроизводства и развития систем, учитывать их динамику и тенденции	+	Знать: основы, методы и методологию применения в исследованиях основных концепций и принципов самоорганизации, эволюции, воспроизводства и развития систем, учета их динамики и тенденций применительно к сфере рекламы и связей с общественностью; Уметь: использовать инструментарий применения в исследованиях основных концепций и принципов самоорганизации, эволюции, воспроизводства и развития систем, учета их динамики и тенденций применительно к сфере рекламы и связей с общественностью; Владеть: навыками оценки результатов применения в исследованиях основных концепций и принципов самоорганизации, эволюции, воспроизводства и развития систем, учета их динамики и тенденций применительно к сфере рекламы и связей с общественностью.
ПК-22 – способностью интегрировать знания, формировать суждения и принимать решения на основе неполной и ограниченной информации	+	Знать: основы, методы и методологию интеграции знаний, формирования суждений и принятия решений в сфере рекламы и связей с общественностью на основе неполной и ограниченной информации; Уметь: использовать инструментарий интеграции знаний, формирования суждений и принятия решений в сфере рекламы и связей с общественностью на основе неполной и ограниченной информации; Владеть: навыками оценки результатов интеграции знаний, формирования суждений и принятия решений в сфере рекламы и связей с общественностью на основе неполной и ограниченной информации.

ПК-23 – способностью решать концептуальные и прикладные задачи в широком или междисциплинарном контексте	+	<p>Знать: основы, методы и методологию решения концептуальных и прикладных задач в сфере рекламы и связей с общественностью в широком и междисциплинарном контексте;</p> <p>Уметь: использовать инструментарий решения концептуальных и прикладных задач в сфере рекламы и связей с общественностью в широком и междисциплинарном контексте;</p> <p>Владеть: навыками оценки результатов решения концептуальных и прикладных задач в сфере рекламы и связей с общественностью в широком и междисциплинарном контексте.</p>
ПК-24 – способностью к анализу и синтезу, научным обобщениям, выводам и аргументированию соображений, выдвижению новых идей, в том числе в исследовательском контексте	+	<p>Знать: основы, методы и методологию анализа и синтеза, научных обобщения, выводов и аргументирования соображения, выдвижения новых идей в сфере рекламы и связей с общественностью, в том числе в исследовательском контексте;</p> <p>Уметь: использовать инструментарий анализа и синтеза, научных обобщения, выводов и аргументирования соображения, выдвижения новых идей в сфере рекламы и связей с общественностью, в том числе в исследовательском контексте;</p> <p>Владеть: навыками оценки результатов анализа и синтеза, научных обобщения, выводов и аргументирования соображения, выдвижения новых идей в сфере рекламы и связей с общественностью, в том числе в исследовательском контексте.</p>
ПК-25 – способностью интерпретировать и представлять результаты научных исследований, составлять практические рекомендации на их основе, выдвигать принципиально новые гипотезы, прогнозировать тенденции	+	<p>Знать: основы, методы и методологию интерпретации и представления результатов научных исследований, составления практических рекомендаций на их основе, выдвижения принципиально новых гипотез, прогнозирования тенденций в сфере рекламы и связей с общественностью;</p> <p>Уметь: использовать инструментарий интерпретации и представления результатов научных исследований, составления практических рекомендаций на их основе, выдвижения принципиально новых гипотез, прогнозирования тенденций в сфере рекламы и связей с общественностью;</p> <p>Владеть: навыками оценки результатов интерпретации и представления результатов научных исследований, составления практических рекомендаций на их основе, выдвижения принципиально новых гипотез, прогнозирования тенденций в сфере рекламы и связей с общественностью.</p>
ПК-26 – способностью применять накопленные знания и опираться на них в подготовке и написании научно-исследовательских работ, включая кандидатские и докторские диссертации	+	<p>Знать: основы, методы и методологию применения накопленных знаний и применения их в подготовке и написании научно-исследовательских работ, включая кандидатские и докторские диссертации по тематике рекламы и связей с общественностью;</p> <p>Уметь: использовать инструментарий применения накопленных знаний и применения их в подготовке и написании научно-исследовательских работ, включая кандидатские и докторские диссертации по тематике рекламы и связей с общественностью;</p> <p>Владеть: навыками оценки результатов применения накопленных знаний и применения их в подготовке и написании научно-исследовательских работ, включая кандидатские и докторские диссертации по тематике рекламы и связей с общественностью.</p>

5.2. Ответственность за формирование ФОС

5.2.1 Ответственным исполнителем за формирование ФОС ГИА является заведующий выпускающей кафедрой.

5.2.2 Непосредственный исполнитель формирования ФОС назначается распоряжением заведующего кафедрой из числа профессорско-преподавательского состава кафедры. ФОС может разрабатываться и формироваться творческим коллективом в соавторстве.

5.2.3 Составитель оценочного средства несет ответственность за качество разработки, правильность составления и оформления оценочного средства.

5.2.4. Заведующий кафедрой несет ответственность за то, какие компетенции включаются в набор требуемых результатов освоения программы магистратуры. Обязательно соответствие компетенций указанных в матрице компетенций учебного плана и рассмотренных в ФОС ГИА.

5.2.5. Составитель ФОС обязан предусмотреть варианты заданий для обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными физическими возможностями: при необходимости тестирование может быть проведено только в письменной или устной форме, а также могут быть использованы другие материалы контроля качества знаний, предусмотренные рабочей программой дисциплины в соответствии с документированной процедурой «Положение о порядке проведения государственной итоговой аттестации по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета и программам магистратуры в федеральном государственном бюджетном образовательном учреждении высшего образования «Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова» от 27.12.2016, протокол ученого совета №5.

Содержание государственной итоговой аттестации

5.3. Выпускная квалификационная работа (ВКР)

5.3.1. Цели и задачи выпускной квалификационной работы

Выполнение и защита выпускной квалификационной работы магистра завершает подготовку обучающегося и показывает его готовность к основным видам профессиональной деятельности.

В процессе выполнения работы обучающемуся предоставляется возможность под руководством опытных специалистов углубить и систематизировать теоретические и практические знания, полученные в процессе освоения учебного плана, закрепить навыки самостоятельной исследовательской работы и творчески применить их в решении конкретных практических задач. Обучающиеся должны активно использовать знания из области менеджмента, экономики, статистики, организации коммерческой деятельности, маркетинга, рекламы, финансов и других смежных дисциплин, формирующих его как работы магистра по данному направлению.

Подготовка к выполнению выпускной квалификационной работы (ВКР) начинается с первого курса, когда обучающиеся, выполняя рефераты по дисциплинам общей подготовки, курсовые работы по дисциплинам, учатся критически мыслить, делать выводы, обобщения. Преподаватели кафедры заранее ориентируют студентов на выбор таких тем курсовых работ, которые могут стать частью выпускных квалификационных работ.

Раскрывая сущность вопросов по избранной теме, выпускник должен показать и развить навыки самостоятельных исследований по проблемам менеджмента деловой организации, ее конкурентоспособности, а также по оптимизации организационной структуры, производственного процесса организации, инновационной ее деятельности, управления трудовыми ресурсами и др. Сформированные при написании курсовых работ исследования получают логическое завершение в выпускной квалификационной работе работы магистра.

Таким образом, выпускная квалификационная работа магистра является формой оценки уровня его профессиональной квалификации.

Выпускная квалификационная работа магистра призвана выявить способность выпускников на основе полученных знаний самостоятельно решать конкретные практические аспекты в области управления организацией, подтвердить наличие профессиональных компетенций.

Основными целями выпускной квалификационной работы магистра являются:

- систематизация, закрепление и расширение теоретических и практических знаний студентов по дисциплинам направления 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью», магистерская программа «Рекламные технологии бизнеса»;
- развитие навыков ведения самостоятельной работы в решении конкретных проблем и вопросов управления организацией.

В соответствии с поставленными целями выпускник в процессе выполнения выпускной квалификационной работы магистра должен решить следующие задачи:

- обосновать актуальность выбранной темы и ее значение в решении проблем связей с общественностью и рекламы;
- изучить теоретические положения, нормативно-техническую и правовую документацию, статистические материалы, справочную, специальную и научную литературу по избранной теме и изложить свою точку зрения по относящимся к ней дискуссионным вопросам;
- провести анализ деятельности деловой организации и оценку её экономических показателей, показателей в области связей с общественностью и рекламы;
- использовать специальные программы обеспечения как инструмент обработки информации;
- провести анализ действующей системы связей с общественностью и рекламы;
- сформулировать выводы и разработать аргументированные предложения по повышению эффективности работы связей с общественностью и рекламы;
- оформить выпускную квалификационную работу в соответствии с требованиями Методических указаний по написанию выпускной квалификационной работы в федеральном государственном бюджетном образовательном учреждении высшего образования «Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова».

Обучающийся несет полную ответственность за самостоятельность и достоверность проведенного исследования в рамках выпускной квалификационной работы. Все использованные в работе материалы и положения из опубликованной научной и учебной литературы, других информационных источников обязательно должны иметь на них ссылки.

По результатам защиты выпускной квалификационной работы Государственная экзаменационная комиссия (в дальнейшем - ГЭК) решает вопрос о присвоении выпускнику соответствующей квалификации.

5.3.2. Выбор темы выпускной квалификационной работы

Тематика выпускных квалификационных работ должна быть актуальной, соответствовать современному состоянию и перспективам развития науки и техники.

Общий перечень рекомендуемых тем выпускных квалификационных работ ежегодно утверждается заведующим выпускающей кафедрой.

При выборе тематики выпускных квалификационных работ рекомендуется учитывать реальные задачи экономики, социальной сферы, науки и практики в соответствии с направлениями научной деятельности Университета, работодателей.

Выпускная квалификационная работа магистра выполняется на фактических материалах конкретной организации – как правило, объекта прохождения производственной (преддипломной) практики, на основе глубокого изучения теоретических вопросов, относящихся к избранной теме работы, детального анализа практических материалов по основным направлениям деятельности объекта исследования. Обучающийся самостоятельно выбирает тему выпускной квалификационной работы исходя из ее актуальности, научного или практического интереса, наличия достаточного фактического и статистического материала.

Обучающийся, желающий выполнить выпускную квалификационную работу на тему, не предусмотренную примерным перечнем, должен обосновать свой выбор и получить согласие научного руководителя и разрешение заведующего профильной кафедры.

После выбора темы и ее согласования с научным руководителем студент пишет заявление на имя заведующего кафедрой об её утверждении. Тема ВКР и научный руководитель утверждаются распоряжением по факультету и изменению не подлежат.

Примерные темы выпускных квалификационных работ по видам деятельности представлены в Приложении 3.

5.3.3. Структура и содержание выпускной квалификационной работы

Требования к структуре и содержанию выпускной квалификационной работы определяются Методическими указаниями по написанию выпускной квалификационной работы в федеральном государственном бюджетном образовательном учреждении высшего образования «Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова».

Выпускная квалификационная работа магистра должна иметь следующую структуру, которая согласуется с научным руководителем:

- титульный лист;
- содержание;
- введение;
- основную часть, состоящую, как правило, не менее чем из трех разделов
- (теоретического, обзорного по заявленной проблематике; аналитического, организационно-экономического по рассматриваемой проблеме; практического, с рассмотрением реальной практики, опыта функционирования объекта исследования);
- заключение, включающее выводы и предложения (рекомендации);
- список используемых источников;
- приложения (при необходимости).

Основными требованиями к работе являются:

- четкость и логическая последовательность изложения материала;
- краткость и точность формулировок, исключающая возможность неоднозначного их толкования;
- конкретность изложения полученных результатов, их анализа и теоретических положений;
- обоснованность выводов, рекомендаций и предложений.

Содержание ВКР должно соответствовать названию темы.

Работа считается выполненной в полном объеме в том случае, если в ней нашли отражение все проблемы и вопросы, предусмотренные заданием на выполнение выпускной квалификационной работы.

5.3.4. Порядок выполнения и представления в государственную экзаменационную комиссию выпускной квалификационной работы

При выполнении выпускной квалификационной работы каждому обучающемуся распоряжением декана факультета назначается руководитель.

Обязанности руководителя выпускной квалификационной работы:

- выдача задания на выпускную квалификационную работу и курирование работы по сбору и обобщению необходимых материалов к выпускной квалификационной работе (в том числе на производственной (преддипломной) практике);
- проведение систематических консультаций выпускника;
- проверка выполнения работы в соответствии с календарным графиком;
- составление отзыва на выпускника;
- присутствие на защите с правом совещательного голоса.

- проводить предзащиту ВКР с целью выявления готовности студента к защите ВКР

Не позднее, чем за 2 календарных дня до назначенного срока защиты выпускной квалификационной работы выпускник сдает секретарю Государственной экзаменационной комиссии следующие обязательные документы:

- ВКР в переплетенном виде (титульный лист; задание; план-график выполнения и оформления ВКР; аннотация (на русском и английском языке); содержание; заключение; список использованных источников (в алфавитном порядке); приложения);
- отзыв научного руководителя;
- внешняя рецензия на бланке организации или с печатью (желательно);
- задание;
- отчет о проверке работы на наличие плагиата;
- диск с электронной версией работы (диск подписать).

Обучающийся может представить также справку о внедрении результатов выпускной квалификационной работы в производство (непосредственно в деятельность объекта исследования).

5.3.5. Соотношение содержания разделов ВКР совокупным ожидаемым результатом обучения

№ п.п.	Содержание ВКР	Формируемые компетенции	Форма контроля
1	Введение	ОК-1, ОПК-1, ПК-12, ПК-13	Консультации с научным руководителем
2	Первый раздел	ОК-2, ОПК-2, ОПК-3 ПК-14, ПК-15	Консультации с научным руководителем
3	Второй раздел	ОК-2, ОПК-4, ПК-16, ПК-17	Консультации с научным руководителем
4	Третий раздел	ОК-3, ОПК-5, ОПК-6, ПК-18, ПК-19	Консультации с научным руководителем
5	Заключение	ОК-4, ОПК-7, ПК-20, ПК-21	Консультации с научным руководителем
6	Подготовленная и оформленная ВКР	ОК-5, ОПК-8, ПК-22, ПК-23	Предварительная оценка в процессе проведения процедуры предзащиты ВКР
7	Подготовленная и оформленная ВКР	ОК-6, ОПК-9, ПК-24, ПК-25, ПК-26	Окончательная оценка в процессе проведения процедуры защиты ВКР на заседании ГЭК

На каждом этапе работы над выпускной квалификационной работой студент должен продемонстрировать практически весь спектр компетенций, а руководитель имеет возможность оценить уровень их достижения и зафиксировать в своем отзыве.

5.3.6. Процедура защиты выпускной квалификационной работы

К защите выпускной квалификационной работы допускаются лица, полностью выполнившие учебный план.

Защита выпускной квалификационной работы проводится на открытых заседаниях экзаменационной комиссии с участием не менее двух третей ее состава при обязательном присутствии председателя комиссии и его заместителя.

На защиту выпускной квалификационной работы, как правило, выделяется 20-25 минут, включая авторский доклад, на который отводится не более 15 минут, и вопросы к автору работы.

Результаты защиты выпускной квалификационной работы определяются оценками «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно» и объявляются в тот же день

после обсуждения членами Государственной экзаменационной комиссии и оформления в установленном порядке Протоколами заседания экзаменационной комиссии.

Выпускники, получившие по итогам защиты выпускной квалификационной работы оценку «неудовлетворительно» (не допущенные к защите по уважительным причинам), отчисляются из института и получают справку установленного образца.

5.3.7. Оценка качества выполнения и защиты выпускной квалификационной работы магистра

Оценку результатов выполнения ВКР производят члены экзаменационной комиссии.

Объектами оценки являются:

- ВКР;
- иллюстративный материал, выставляемый студентом на защиту ВКР;
- доклад студента на заседании государственной экзаменационной комиссии;
- ответы студента на вопросы, заданные членами комиссии в ходе защиты ВКР.

5.3.8. Критерии оценки выпускной квалификационной работы магистра

После окончания защиты выпускных квалификационных работ ГЭК на закрытом заседании (допускается присутствие руководителей выпускных квалификационных работ) обсуждает результаты защиты и большинством голосов выносит решение – оценку.

Критериями оценки ВКР являются:

- научный уровень доклада, степень освещенности в нем вопросов темы исследования, значение сделанных выводов и предложений для организации;
- использование специальной научной литературы, нормативных актов, материалов производственной практики;
- творческий подход к разработке темы;
- правильность и научная обоснованность выводов;
- стиль изложения;
- оформление выпускной квалификационной работы (ВКР);
- степень профессиональной подготовленности, проявившаяся как в содержании выпускной квалификационной работы магистра, так и в процессе её защиты;
- чёткость и аргументированность ответов студента на вопросы, заданные ему в процессе защиты;
- оценки руководителя в отзыве и рецензента;
- наличие публикаций.

Результаты защиты выпускной квалификационной работы оцениваются по 4-х балльной системе:

Система оценки защиты выпускной квалификационной работы

Цифровое выражение	Словесное выражение	Описание
5	Отлично	Диссертация выполнена на актуальную тему, четко формализованы цель и задачи исследования, раскрыта суть проблемы с систематизацией точек зрения авторов и выделением научных направлений, оценкой их общности и различий, обобщением отечественного и зарубежного опыта. Изложена собственная позиция. Стиль изложения научный со ссылками на источники. Достоверность выводов базируется на глубоком анализе объекта исследования не менее чем за 5 лет с применением статистических и экономико-математических методов, факторного анализа. Комплекс авторских предложений и рекомендаций аргументирован, обладает новизной и практической значимостью. Результаты исследования апробированы в выступлениях на конференциях, опубликованы не менее чем в 1 статье. Руководителем работа оценена выше 80 баллов. Рецензент оценил работу положительно. В ходе защиты выпускник продемонстрировал

		свободное владение материалом, уверенно излагал результаты исследования, представил презентацию, в достаточной степени отражающую суть диссертации.
4	Хорошо	Диссертация выполнена на актуальную тему, четко формализованы цель и задачи исследования, суть проблемы раскрыта с систематизацией точек зрения авторов, обобщением отечественного и(или) зарубежного опыта с определением собственной позиции. Стиль изложения научный со ссылками на источники. Достоверность выводов базируется на анализе объекта исследования не менее чем за 5 лет с применением методов сравнения процессов в динамике и другими объектами (со средними российскими показателями и т.п.), факторного анализа. Комплекс авторских предложений и рекомендаций аргументирован, обладает практической значимостью. Результаты исследования апробированы в выступлениях на конференциях, опубликованы не менее чем в 1 статье. Руководителем работа оценена выше 65 баллов. Рецензент оценил работу положительно. В ходе защиты выпускник уверенно излагал результаты исследования, представил презентацию, в достаточной степени отражающую суть диссертации. Однако были допущены незначительные неточности при изложении материала, не искажающие по существу основного содержания.
3	Удовлетворительно	Диссертация выполнена на актуальную тему, формализованы цель и задачи исследования, тема раскрыта, изложение описательное со ссылками на источники, однако нет увязки сущности темы с наиболее значимыми направлениями решения проблемы и применяемыми механизмами или методами. В аналитической части диссертации объект исследован не менее чем за 5 лет с применением методов сравнения процессов в динамике. В проектной части сформулированы предложения и рекомендации, которые носят общий характер или недостаточно аргументированы. Результаты исследования апробированы в выступлениях на конференциях, опубликованы не менее чем в 1 статье. Руководителем работа оценена выше 55 баллов. Рецензент оценил работу положительно. В ходе защиты допущены неточности при изложении материала, достоверность некоторых выводов не доказана. Автор продемонстрировал способность разобраться в конкретной практической ситуации.
2	Неудовлетворительно	Выпускник нарушил календарный план разработки магистерской диссертации, выполненной на актуальную тему, которая раскрыта не полностью, структура не совсем логична, (нет увязки сущности темы с наиболее значимыми направлениями решения проблемы и применяемыми механизмами или методами). В аналитической части диссертации объект исследован менее чем за 5 лет методом сравнения в динамике. В проектной части сформулированы предложения и рекомендации общего характера, которые недостаточно аргументированы. Допущены неточности при изложении материала, достоверность некоторых выводов не доказана. Результаты исследования не апробированы. Автор не может разобраться в конкретной практической ситуации, не обладает достаточными знаниями и практическими навыками для профессиональной деятельности.

На основании результатов защиты выпускной квалификационной работы делается заключение об уровне освоения выпускником ОПОП и готовности к выполнению определенным в ОПОП видам профессиональной деятельности.

По результатам государственных аттестационных испытаний обучающийся имеет право на апелляцию (в соответствии с п.5 Положения о порядке проведения государственной итоговой аттестации по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета и программам магистратуры в федеральном государственном бюджетном образовательном учреждении высшего образования «Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова»).

6. Особенности проведения государственной итоговой аттестации для лиц с ограниченными возможностями здоровья

6.1 Наличие соответствующих условий проведения ГИА

Для выпускников из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья ГИА проводится с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья таких выпускников. При проведении ГИА для выпускников с индивидуальными особенностями обеспечивается соблюдение следующих общих требований: использование специальных технических средств обучения коллективного и индивидуального пользования, предоставление услуг ассистента (помощника), оказывающего выпускникам необходимую техническую помощь, обеспечение доступа в здания и помещения, где проходит ГИА, и другие условия, без которых невозможно или затруднено проведение ГИА *(в соответствии с п.4 Положения о порядке проведения государственной итоговой аттестации по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета и программам магистратуры в федеральном государственном бюджетном образовательном учреждении высшего образования «Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова»)*

6.2 Обеспечение соблюдения общих требований

При проведении ГИА обеспечивается соблюдение следующих общих требований: возможность выбора способа проведения ГИА; проведение ГИА для студентов-инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья в одной аудитории совместно с обучающимися, не имеющими ограниченных возможностей здоровья, если это не создает трудностей для обучающихся при прохождении государственной итоговой аттестации; присутствие в аудитории ассистента (ассистентов), оказывающего обучающимся необходимую техническую помощь с учетом их индивидуальных особенностей на основании письменного заявления; пользование необходимыми обучающимся техническими средствами при прохождении ГИА с учетом их индивидуальных особенностей.

6.3 Реализация увеличения продолжительности сдачи ГИА по отношению к установленной продолжительности его сдачи для обучающегося с ограниченными возможностями здоровья

Продолжительность прохождения ГИА по отношению к установленной продолжительности его сдачи увеличивается по письменному заявлению обучающегося с ограниченными возможностями здоровья: продолжительность выступления обучающегося при защите выпускной квалификационной работы – не более чем на 0,5 часа.

7. Материально-техническое обеспечение ГИА

Материально-техническое обеспечение государственной итоговой аттестации предусматривает наличие аудитории для защиты выпускной квалификационной работы. Для защиты выпускной квалификационной работы требуется аудитория, предусматривающая наличие рабочих мест для председателя и членов государственной экзаменационной комиссии, рабочего места для студента, компьютерной техники с необходимым лицензионным программным обеспечением, мультимедийного проектора, экрана, щитов для размещения наглядного материала.

ПРИЛОЖЕНИЯ

Приложение 1

ОТЗЫВ на выпускную квалификационную работу (магистерскую диссертацию)

студента(-ки) группы _____ факультета маркетинга

(ФИО)
на тему

« _____ »

Критерий	Максимум	Оценка	Комментарий
1. Письменная работа (всего 60)			
а. Конкретное описание проблемной области, четкое определение проблемы, целей и задач исследования, соответствие программе	10		
б. Использование литературы – релевантность, полнота, корректность и содержание цитирования, логичность изложения	10		
в. Методология исследования – постановка вопросов исследования, адекватность методов и их аргументированность, точность использования процедур, полнота и релевантность результатов, способ представления результатов	15		
г. Критический анализ результатов, логичность и полнота предлагаемого решения, степень соответствия полученного решения вопросам исследования	15		
д. Практическая ценность результатов исследования и полученных рекомендаций, оценка ограничений исследования, качество приложений	10		
<i>Итого за письменную работу</i>	<i>60</i>		
2. Порядок выполнения работы (всего 10)			
Выполнение графика работы, следование указаниям научного руководителя, полученным на консультациях, инициативность и самостоятельность при проведении исследования	10		
<i>Итого за порядок выполнения работы</i>	<i>10</i>		
ИТОГО ЗА РАБОТУ ДО ЗАЩИТЫ	70		

Магистерская диссертация проверена. Студент допущен / не допущен к защите.

Научный руководитель
магистерской диссертации

(подпись)

(должность, ФИО)

ОЦЕНОЧНЫЙ ЛИСТ
выпускной квалификационной работы (магистерской диссертации)

студента(-ки) группы _____ факультета маркетинга

 (ФИО)
 на тему
 « _____ »

Критерий	Максимум	Оценка	Комментарий
1. Итого за работу до защиты	70		
2. Наличие публикаций (всего 10)	10		
3. Презентация (всего 10)			
а. Качество представления результатов исследования	5		
б. Презентационные навыки	5		
<i>Итого за презентацию</i>	<i>10</i>		
4. Ответы на вопросы (всего 10)			
Логичность, правильность и полнота ответов на вопросы, заданные членами комиссии	10		
<i>Итого за ответы на вопросы</i>	<i>10</i>		
ИТОГО ЗА ДИССЕРТАЦИЮ	100		

 (Оценка)

 (ФИО, подпись председателя / зам. председателя ГЭК)

 (ФИО, подпись члена ГЭК)

 (ФИО, подпись члена ГЭК)

 (ФИО, подпись члена ГЭК)

 (ФИО, подпись члена ГЭК)

**Примерная тематика выпускных квалификационных работ (магистерских диссертаций)
для студентов очной формы обучения**

Факультет маркетинга
Кафедра рекламы, связей с общественностью и дизайна

Направление 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью»,
магистерская программа «Рекламные технологии бизнеса»

1. Совершенствование механизма управления рекламной деятельностью в различных деловых сферах;
2. Организационно-экономический механизм управления рекламной деятельностью предприятий и организаций;
3. Организация управления рекламой проекта (на примере предприятий различных сфер деятельности);
4. Рекламные стратегии в системе маркетинга предприятий различных сфер деятельности;
5. Стратегическое планирование рекламной деятельности для предприятий различных сфер деятельности;
6. Совершенствование механизма государственного регулирования рекламной деятельности предприятий в условиях меняющейся рыночной экономики;
7. Вопросы саморегулирования и институциональной поддержки рекламной деятельности предприятий и организаций;
8. Совершенствование методов и механизмов оценки эффективности рекламной деятельности предприятий различных сфер деятельности;
9. Организационно-методическое обеспечение рекламной деятельности для предприятий различных отраслей и сфер деятельности;
10. Механизм разработки интегрированных маркетинговых коммуникаций предприятия различных отраслей и сфер деятельности;
11. Развитие методов управления брендом на примере предприятий различных отраслей и сфер деятельности;
12. Разработка и реализация имиджевых коммуникаций корпоративных структур в условиях индивидуализации потребительского спроса;
13. Формирование системы оценки стоимости брендов предприятий, продукции и услуг;
14. Брендинговая политика как фактор повышения конкурентоспособности предприятия или организации;
15. Механизм продвижения портфеля брендов предприятия (на примере отдельных рынков продукции и услуг);
16. Методы и стратегии разработки и реализации событийных коммуникаций предприятий и организаций;
17. Социальные сети и их коммуникативный потенциал;
18. Стратегии и тактики организации рекламной деятельности и продвижения продукции предприятий в социальных сетях;
19. Рекламные коммуникации предприятий и организаций в условиях кризисных ситуаций, риска и неопределенности внешней экономической среды;
20. Совершенствование методов и механизмов оценки эффективности рекламы и продвижения предприятий, продукции, услуг в социальных сетях;
21. Стратегия использования бренд-коммуникаций для продвижения брендов предприятий, продукции, услуг на целевые рынки;
22. Современные подходы к формированию корпоративной культуры в различных отраслях (на выбор);
23. Управление деловой репутацией предприятий и организаций в современных российских условиях;
24. Комплекс маркетинговых коммуникаций в индустрии моды, товаров класса люкс;
25. Перспективы и стратегии развития российского рекламного рынка;
26. Развитие концепции медиапланирования в России в современных условиях;
27. Стратегия рекламы в электронной коммерции: тенденции, инструменты, направления;
28. Реализация концепции устойчивого развития в практиках корпоративной социальной ответственности российских предприятий/западных компаний;
29. Стратегии рекламной деятельности в новых медиа в различных отраслях промышленности и сферы услуг;
30. Механизм разработки программы ребрендинга предприятий различных отраслей и сфер деятельности;
31. Совершенствование механизмов взаимодействия предприятия и рекламного агентства: организационно-экономический аспект эккаунт-менеджмента;
32. Стратегия продвижения продукции предприятия на основе использования средств мобильной рекламы;
33. Совершенствование креативных стратегий и повышение эффективности управления вниманием целевых аудиторий;
34. Стратегии и тактики рационального использования национальных особенностей и этических стереотипов целевых аудиторий при построении рекламных коммуникаций предприятий.
35. Образование в области рекламы в современной России и за рубежом: сравнительный анализ и перспективы развития;
36. Трансформация функций специалиста по рекламе и PR в современном информационном обществе и ее учет при построении коммуникаций вуза
37. Коммуникативные технологии в деятельности высших учебных заведений
38. Формирование и коррекция имиджа вуза в масс-медиа
39. Проблема активных аудиторий и рекламные стратегии вуза
40. Краудсорсинг и крайдфаундинг в коммуникационной стратегии вуза
41. PR-сопровождение образовательных проектов вуза
42. SMM как форма низкобюджетного маркетинга для вуза
43. Справочно-информационная литература как инструмент рекламы и PR для вуза
44. Рекламные и PR стратегии вуза при взаимодействии с целевыми аудиториями на международных рынках образовательных услуг
45. Управление репутационным капиталом вуза в традиционных и новых медиа