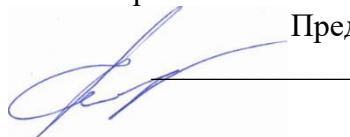


**Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образова-
ния
«Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова»**

Одобрено
на заседании совета факультета маркетинга
протокол № 7 от «23» мая 2019 г.
Председатель совета
Е.А. Окунькова



Факультет маркетинга

Кафедра рекламы, связей с общественностью и дизайна

ПРОГРАММА ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

**Б3. 01 (Д) Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной ква-
лификационной работы**

**Направление подготовки
42.04.01. Реклама и связи с общественностью**

**Направленность (профиль) программы
Рекламные технологии бизнеса**

Уровень высшего образования *Магистратура*

Год начала подготовки - 2020

Москва 2019 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 подготовки к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы 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 № 528 от «08» июня 2016 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

Рабочая программа утверждена на заседании кафедры рекламы, связей с общественностью и дизайна
протокол № 11 от «11»мая 2018 г.

И.о. зав. кафедрой


(подпись)

/ Осипова Е.А.

Программа Подготовки к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы одобрена на заседании совета ОНЦ «Торговля»
протокол № 10 от «15» июня 2018 г.

Согласовано
Директор ОНЦ/ «Торговля»



Шишкин А.В.

Согласовано _____



Чудаев А.В., генеральный директор ООО «Флагман-Аудит»

ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ (АКТУАЛИЗАЦИИ)

Дополнения и изменения, внесенные в Программу государственной итоговой аттестации (ГИА) утверждены на заседании кафедры ____ рекламы, связей с общественностью и дизайна, протокол № 9 от «07» мая 2019 г.

Зав. кафедрой



(подпись)

Осипова Е.А.
(ФИО)

Одобрено на заседании Совета ОНЦ/ЦПП/Институт «Торговля» протокол № 11 от «17» мая 2019 г.

Председатель ОНЦ «Торговля»



(подпись)

Шишкин А.В.
(ФИО)

Одобрено советом факультета маркетинг протокол № 7 от «23» мая 2019 г.

Председатель совета факультета



(подпись)

Окунькова Е.А.
(ФИО)

Дополнения и изменения, внесенные в Программу государственной итоговой аттестации (ГИА) утверждены на заседании кафедры ____ рекламы, связей с общественностью и дизайна, протокол №8 от 07 мая 2020

Заведующий кафедрой



(подпись)

Осипова Е.А.
(ФИО)

Одобрено на заседании Совета ОНЦ/ЦПП/Институт «Торговля» протокол №6 от 13 мая 2020

Председатель



(подпись)

Шишкин А.В.
(подпись)

(ФИО)

Одобрено советом факультета _ маркетинга протокол №5 от 14 мая 2020

Председатель



(подпись)

Окунькова Е.А.
(ФИО)

Дополнения и изменения, внесенные в Программу государственной итоговой аттестации (ГИА) утверждены на заседании кафедры ____ рекламы, связей с общественностью и дизайна, протокол № ____ от « ____ » _____ 201 _ г.

Заведующий кафедрой

(подпись)

(ФИО)

Одобрено на заседании Совета ОНЦ/ЦПП/Институт « _____ » протокол № ____ от « ____ » _____ 201 _ г.

Председатель

(подпись)

(ФИО)

Одобрено советом факультета _____

протокол № ____ от « ____ » _____ 201 _ г.

Председатель

(подпись)

(ФИО)

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
6. Особенности проведения государственной итоговой аттестации для лиц с ограниченными возможностями здоровья	18
7. Материально-техническое обеспечение ГИА	19
8. Образовательные, научно-исследовательские и научно-производственные технологии, используемые на государственной итоговой аттестации	19
9. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся на государственной итоговой аттестации	19
10. Формы промежуточной аттестации	20
11. Учебно-методическое и информационное обеспечение практики	20
ПРИЛОЖЕНИЯ	22

ВВЕДЕНИЕ

Программа подготовки к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы (далее по тексту – государственная итоговая аттестация) 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 локальным документов:

- 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 9 зачетных единиц трудоемкости (З.Е.), которые относятся 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», направленность (профиль) программы «Рекламные технологии бизнеса»

Компетенции	Формы государственных аттестационных испытаний	Индикаторы освоения компетенций <i>В соответствии с Компетенциями выпускника вуза как совокупный ожидаемый результат образования по завершении освоения ОПОП ВО (Компетентностная модель выпускника)</i>	Результаты освоения компетенций
	защита выпускной квалификационной работы		
УК-1 - Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, выработать стратегию действий	+	УК-1.1 – Знает основы системного подхода к осуществлению критического анализа проблемных ситуаций УК-1.2. - Способен выработать стратегии действий для разрешения проблемных ситуаций на основе их критического анализа	Знать: методы и принципы критического анализа проблемных ситуаций на основе системного подхода, выработки стратегий действий Уметь: использовать инструментарий критического анализа проблемных ситуаций на основе системного подхода, выработки стратегий действий Владеть навыками: давать оценку эффективности критического анализа проблемных ситуаций на основе системного подхода, выработки стратегий действий
УК-2 - Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла	+	УК-2.1. – Знает жизненный цикл проекта и методологию управления проектом на всех этапах его жизненного цикла УК-2.2. - Способен разрабатывать проекты и управлять их реализацией на всех этапах жизненного цикла проекта	Знать: методы и принципы управления проектом на всех этапах его жизненного цикла; Уметь: использовать инструментарий управления проектом на всех этапах его жизненного цикла Владеть: оценивать эффективность управления проектом на всех этапах его жизненного цикла
УК-3 - Способен организовывать и руководить работой команды, выработывая командную стратегию для достижения поставленной цели	+	УК-3.1. – Знает основные подходы и методы организации и руководства работой команды УК-3.2. - Способен выработать и реализовывать командную стратегию для достижения поставленной цели	Знать: методы и принципы организации и руководства работой команды, выработки командной стратегии для достижения поставленной цели Уметь: использовать инструментарий организации и руководства работой команды, выработки командной стратегии для достижения поставленной цели Владеть: давать оценку эффективности организации и руководства работой команды, выработки командной стратегии для достижения поставленной цели
УК-4 - Способен применять современные коммуникативные	+	УК-4.1. – Знает современные коммуникативные технологии для академического и профессионального взаимодействия	Знать: методы и принципы современных коммуникативных технологий, в том числе, на иностранном (ых) языке (ах), для академического и профессионального взаимодействия

технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия		УК-4.2. - Способен осуществлять академическое и профессиональное взаимодействие, в том числе на иностранном(ых) языке	Уметь: использовать инструментарий современных коммуникативных технологий, в том числе, на иностранном (ых) языке (ах), для академического и профессионального взаимодействия Владеть: давать оценку эффективности современных коммуникативных технологий, в том числе, на иностранном (ых) языке (ах), для академического и профессионального взаимодействия
УК-5 - Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия	+	УК-5.1. – Знает специфику культурного разнообразия в процессе межкультурного взаимодействия УК-5.2. - Способен учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия	Знать: методы и принципы анализа и учета разнообразия культур в процессе межкультурного взаимодействия Уметь: использовать инструментарий анализа и учета разнообразия культур в процессе межкультурного взаимодействия Владеть: давать оценку эффективности анализа и учета разнообразия культур в процессе межкультурного взаимодействия
УК-6 - Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки	+	УК-6.1. – Знает способы совершенствования собственной деятельности на основе самооценки УК -6.2. - Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и осуществлять ее совершенствование	Знать: методы и принципы определения и реализации приоритетов собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки Уметь: использовать инструментарий определения и реализации приоритетов собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки Владеть: давать оценку эффективности определения и реализации приоритетов собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки
ОПК-1 - Способен планировать, организовывать и координировать процесс создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, отслеживать и учитывать изменение норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем	+	ОПК-1.1. – Знает особенности всех этапов и принципов производства медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов ОПК-1.2. - Управляет процессом подготовки востребованных индустрией рекламы и связей с общественностью текстов и (или) иных коммуникационных продуктов с учетом изменений норм русского (иностранного) языков и особенностей иных знаковых систем	Знать: методы и принципы планирования, организации и координации процессов создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, отслеживания и учета изменений норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем Уметь: использовать инструментарий планирования, организации и координации процессов создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, отслеживания и учета изменений норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем Владеть: оценивать эффективность планирования, организации и координации процессов создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, отслеживания и

			учета изменений норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем
ОПК-2 - Способен анализировать основные тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	+	ОПК-2.1. – Выявляет причинно-следственные связи в проблемах взаимодействия общественных и государственных институтов ОПК-2.2. - Анализирует основные тенденции развития общественных и государственных институтов и использует результаты анализа при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов	Знать: методы и принципы анализа основных тенденций развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах Уметь: использовать инструментарий анализа основных тенденций развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах Владеть: давать оценку эффективности анализа основных тенденций развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах
ОПК-3 - Способен анализировать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	+	ОПК-3.1. – Знает этапы и тенденции развития отечественного и мирового культурного процесса ОПК-3.2. - Анализирует и использует достижения отечественной и мировой культуры при подготовке текстов рекламы и связей с общественностью и (или) разработке и реализации иных коммуникационных продуктов	Знать: методы и принципы анализа многообразия достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов Уметь: использовать инструментарий анализа многообразия достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов Владеть: давать оценку эффективности анализа многообразия достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов
ОПК-4 - Способен анализировать потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты	+	ОПК-4.1. – Интерпретирует данные социологических исследований о потребностях общества и интересах отдельных аудиторных групп ОПК-4.2. - Организует процесс изучения аудиторий и использует его результаты, выявленные данные о потребностях общества и целевых групп при подготовке текстов рекламы и связей с общественностью и (или) разработке /реализации иных коммуникационных продуктов	Знать: методы и принципы анализа потребностей общества и интересов аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты Уметь: использовать инструментарий анализа потребностей общества и интересов аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты Владеть: давать оценку эффективности анализа потребностей общества и интересов аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты

<p>ОПК-5 - Способен для принятия профессиональных решений анализировать актуальные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования</p>	<p>+</p>	<p>ОПК-5.1. – Выявляет особенности политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях ОПК-5.2. - При принятии профессиональных решений по подготовке текстов рекламы и связей с общественностью и (или) разработке и реализации иных коммуникационных продуктов использует выявленные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира. Разрабатывает коммуникационные продукты в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом условий функционирования конкретной медиакоммуникационной системы, правовых и этических норм регулирования</p>	<p>Знать: методы и принципы анализа актуальных тенденций развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования Уметь: использовать инструментарий анализа актуальных тенденций развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования Владеть: давать оценку эффективности анализа актуальных тенденций развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования</p>
<p>ОПК-6 - Способен отбирать и внедрять в процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии</p>	<p>+</p>	<p>ОПК-6.1. – Отслеживает глобальные тенденции модернизации технического оборудования, программного обеспечения и расходных материалов, необходимых для осуществления профессиональной деятельности ОПК-6.2. - Отбирает и внедряет в профессиональную деятельность современные технологии рекламы и связей с общественностью, цифровые инструменты, технические средства и программное обеспечение</p>	<p>Знать: методы и принципы отбора и внедрения в процессы медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии Уметь: использовать инструментарий отбора и внедрения в процессы медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии Владеть: навыками оценки эффективности отбора и внедрения в процессы медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии</p>
<p>ОПК-7 - Способен оценивать и прогнозировать возможные эффекты в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности</p>	<p>+</p>	<p>ОПК-7.1. – Знает закономерности формирования эффектов и последствий профессиональной деятельности, концепции ее социальной ответственности ОПК-7.2. - Осуществляет профессиональную деятельность в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом оценки и прогнозирования возможных эффектов разрабатываемых коммуникационных решений. Применяет при разработке и реализации коммуникационного продукта принципы социальной ответственности</p>	<p>Знать: методы и принципы оценки и прогнозирования возможных эффектов в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности Уметь: использовать инструментарий оценки и прогнозирования возможных эффектов в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности Владеть: навыками по оценке результатов и критическому восприятию прогнозирования возможных эффектов в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности</p>
<p>ПК-1 - Способен организовывать работу и руководить подразделением (предприятием) в сфере рекламы и связей с</p>	<p>+</p>	<p>ПК-1.1. – Выполняет функционал руководителя линейного/функционального подразделения отдела по рекламе и (или) связям с общественностью организации или коммуникационного/ рекламного/ PR-агентства ПК-1.2. – Организует работу по совершенствованию внешних и внутренних коммуникаций и мероприятия по</p>	<p>Знать: методы и принципы организации работы и руководства подразделением (предприятием) в сфере рекламы и связей с общественностью Уметь: использовать инструментарий организации работы и руководства подразделением (предприятием) в сфере рекламы и связей с общественностью</p>

общественностью		<p>формированию корпоративной идентичности и корпоративной культур ПК-1.3. – Контролирует и регулирует ход выполнения проектной работы в сфере рекламы и связей с общественностью ПК-1.4. - На основании знания специфики функционирования предприятий современной коммуникационной индустрии выстраивает работу подразделения /предприятия, применяет технологии организации коммуникационной работы</p>	<p>Владеть: давать оценку эффективности организации работы и руководства подразделением (предприятием) в сфере рекламы и связей с общественностью</p>
<p>ПК-2 - Способен управлять процессами стратегического и оперативного планирования, подготовки, творческой проработки и реализации коммуникационных программ и мероприятий, бюджетирования коммуникационных программ и мероприятий, обеспечивать их качество и эффективность</p>	+	<p>ПК-2.1. – Выполняет функционал руководителя в части стратегического и оперативного планирования коммуникативных программ и мероприятий или стратегического и оперативного планирования деятельности коммуникационного/ рекламного/ PR-агентства ПК-2.2. – Организует работу по подготовке, творческой переработке и реализации управленческих, финансовых, креативных документов в рамках осуществляемых коммуникативных программ и мероприятий ПК-2.3. – Контролирует уровень эффективности и регулирует ход выполнения коммуникативных программ и мероприятий с учетом выделенного ресурсного обеспечения и принятых способов финансирования ПК-2.4. - На основании знания специфики функционирования современной коммуникационной индустрии выстраивает работу по повышению организационно-управленческого потенциала сотрудников коммуникационного/ рекламного/ PR-агентства</p>	<p>Знать: методы и принципы управления процессами стратегического и оперативного планирования, подготовки, творческой проработки и реализации коммуникационных программ и мероприятий, бюджетирования коммуникационных программ и мероприятий, обеспечения их качества и эффективности Уметь: использовать инструментарий управления процессами стратегического и оперативного планирования, подготовки, творческой проработки и реализации коммуникационных программ и мероприятий, бюджетирования коммуникационных программ и мероприятий, обеспечения их качества и эффективности Владеть: давать оценку эффективности управления процессами стратегического и оперативного планирования, подготовки, творческой проработки и реализации коммуникационных программ и мероприятий, обеспечения их качества и эффективности</p>
<p>ПК-3 - Способен осуществлять проектно-аналитическую деятельность с учетом специфики профессиональной сферы</p>	+	<p>ПК-3.1. – Отбирает аналитические методы и инструменты для целеполагания, планирования и оценки эффективности коммуникационной стратегии, коммуникационного проекта и применяет их на практике ПК-3.2. - Проводит анализ ситуации и разрабатывает проекты и кампании в сфере рекламы и связей с общественностью</p>	<p>Знать: методы и принципы осуществления проектно-аналитической деятельности с учетом специфики профессиональной сферы Уметь: использовать инструментарий осуществления проектно-аналитической деятельности с учетом специфики профессиональной сферы Владеть: давать оценку эффективности осуществления проектно-аналитической деятельности с учетом специфики профессиональной сферы</p>

<p>ПК-4 - Способен к выдвижению и обоснованию новых идей, в том числе, в исследовательском контексте с учетом специфики профессиональной сферы и становления цифровой экономики</p>		<p>ПК-4.1. – Отбирает аналитические методы и инструменты для выдвижения и обоснования новых идей в отношении разработки коммуникационных программ и мероприятий, применяет их на практике ПК-4.2. – Проводит конкурентный анализ профессиональной сферы и разрабатывает новые идеи по организации коммуникативных процессов в условиях цифровой экономики ПК-4.3. - Проводит обобщение клиентского опыта в профессиональной сфере и выстраивает научный дискурс в отношении применения BIG DATA при разработке коммуникативных программ и мероприятий</p>	<p>Знать: методы и принципы выдвижения и обоснования новых идей, в том числе, в исследовательском контексте с учетом специфики профессиональной сферы и становления цифровой экономики Уметь: использовать инструментарий выдвижения и обоснования новых идей, в том числе, в исследовательском контексте с учетом специфики профессиональной сферы и становления цифровой экономики Владеть: давать оценку эффективности выдвижения и обоснования новых идей, в том числе, в исследовательском контексте с учетом специфики профессиональной сферы и становления цифровой экономики</p>
<p>ПК-5 - Способен проводить научное исследование в сфере рекламы и связей с общественностью</p>		<p>ПК-5.1. – Формулирует концепцию научного исследования ПК-5.2. – Применяет методы качественного и количественного анализа информационного поля, методы работы с открытыми данными и большими объемами информации ПК-5.3. - Получает, интерпретирует и представляет результаты исследования. На основе исследования составляет практические рекомендации и прогнозирует тенденции коммуникационной сферы</p>	<p>Знать: методы и принципы проведения научных исследований в сфере рекламы и связей с общественностью Уметь: использовать инструментарий проведения научных исследований в сфере рекламы и связей с общественностью Владеть: критически оценивать результаты проведения научных исследований в сфере рекламы и связей с общественностью</p>
<p>ПК-6 - Способен разрабатывать, реализовывать и давать оценку рекламным проектам в бизнесе в условиях цифровизации экономики, в том числе проектам с инновационной и творческой составляющей</p>		<p>ПК-6.1. – Разрабатывает на основе методов проектирования и моделирования стратегию и методологию рекламных проектов в бизнесе ПК-6.2. – Применяет методы и инструменты Big Data, экспертные методы, форсайт-технологии при разработке и реализации рекламных проектов в бизнесе ПК-6.3. – Определяет и разрабатывает индикативные показатели проектной деятельности в рекламе, выстраивает самостоятельные системы оценок результатов рекламных проектов в бизнесе ПК-6.4. - Формирует в организации систему развития проектных компетенций рекламных специалистов</p>	<p>Знать: методы и принципы разработки, реализации и оценки рекламных проектов в бизнесе в условиях цифровизации экономики, в том числе проектов с инновационной и творческой составляющей Уметь: использовать инструментарий методы и принципы разработки, реализации и оценки рекламных проектов в бизнесе в условиях цифровизации экономики, в том числе проектов с инновационной и творческой составляющей Владеть: давать оценку эффективности рекламных проектов в бизнесе в условиях цифровизации экономики, в том числе проектов с инновационной и творческой составляющей</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 кафедрой.

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	УК-1, УК-2, УК-3, УК-4, УК-5, УК-6	Консультации с научным руководителем
2	Первый раздел	ОПК-1, ОПК-2, ОПК-3, ОПК-4	Консультации с научным руководителем
3	Второй раздел	ОПК-5, ОПК-6, ОПК-7	Консультации с научным руководителем
4	Третий раздел	ПК-1, ПК-2	Консультации с научным руководителем
5	Заключение	ПК-3	Консультации с научным руководителем
6	Подготовленная и оформленная ВКР	ПК-4, ПК-5	Предварительная оценка в процессе проведения процедуры предзащиты ВКР
7	Подготовленная и оформленная ВКР	ПК-6	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.

Оценка результатов производится на основе оценочного листа и мнения членов экзаменационной комиссии.

Обобщенные критерии проверки сформированности компетенции, шкала оценивания компетенций

100-балльная система оценки	Традиционная (четырёхбалльная) система оценки	Критерий оценивания	Содержание критерия оценивания
85 - 100	отлично	Продвинутый уровень освоения компетенций	Компетенции освоены. Обучающийся показывает глубокие знания, демонстрирует умения и навыки решения сложных задач. Способен самостоятельно решать проблему / задачу на основе изученных методов, приемов и технологий.
70 - 84	хорошо	Повышенный уровень освоения компетенций	Компетенции освоены. Обучающийся показывает полноту знаний, демонстрирует умения и навыки решения типовых задач в полном объеме.

50 - 69	удовлетворительно	Базовый уровень освоения компетенций	Компетенции освоены. Обучающийся показывает общие знания, умения и навыки, входящие в состав компетенций, имеет представление об их применении, но применяет их с ошибками.
0 - 49	неудовлетворительно	Заявленные компетенции не освоены	Компетенции не освоены. Обучающийся не владеет необходимыми знаниями, умениями, навыками или частично показывает знания, умения и навыки, входящие в состав компетенций.

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

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»)

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.

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

Перечень рекомендуемых обучающих, справочно-информационных, контролирующих и прочих компьютерных программ, используемых при прохождении ГИА:

№ п/п	Название рекомендуемых по разделам и темам программы технических и компьютерных средств обучения	Наименование
1	www.consultant.ru	Справочная правовая система «Консультант Плюс»
2	www.garant.ru	Справочная правовая система «Гарант»

Университет располагает информационно-библиотечным центром, обладающим научными изданиями по проблемам управления маркетингом и технологиям педагогической деятельности, к которой обеспечен доступ каждому обучающемуся. В библиотеке и компьютерных классах университета имеется возможность осуществления одновременного индивидуального доступа к системе обучающихся. Имеется доступ к современным профессиональным базам данных, информационным справочным и поисковым системам.

Библиотечный фонд укомплектован печатными изданиями научной литературы и специализированных периодических изданий, а также официальными, справочно-библиографическими изданиями, необходимыми для осуществления научно-исследовательской деятельности по направлению «Реклама и связи с общественностью».

Компьютерные классы имеют необходимый комплекс программных средств и обеспечивают предоставление необходимого рабочего времени для подготовки различных проектов и заданий в рамках написания магистерской диссертации.

8. Образовательные, научно-исследовательские и научно-производственные технологии, используемые на государственной итоговой аттестации

В процессе ГИА используются следующие образовательные технологии:

Стандартные методы обучения:

- самостоятельная работа обучающихся, в которую включается выполнение разделов диссертации в соответствии с индивидуальным заданием и рекомендованными источниками литературы; освоение методов анализа информации и интерпретации результатов; выполнение письменных аналитических и расчетных заданий в рамках темы диссертации с использованием необходимых информационных источников (лекции, учебники, статьи в периодической печати, сайты в сети Интернет);
- консультации научного руководителя по актуальным вопросам, возникающим у обучающихся в ходе выполнения.

Методы обучения с применением интерактивных форм образовательных технологий:

- обсуждение подготовленных студентами этапов работы;
- защита ВКР с использованием презентаций.

9. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся на государственной итоговой аттестации

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 «Российском экономическом университете имени Г.В. Плеханова» определяется Порядком проведения государственной итоговой аттестации по образовательным программам высшего образования –

программам бакалавриата, программам специалитета и программам магистратуры, утвержденным приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 29 июня 2015 г. № 636 и локальным документам:

- 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».

10. Формы промежуточной аттестации

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).

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

11. Учебно-методическое и информационное обеспечение практики

Основная литература

1. Осипова, Е. А. Связи с общественностью в социальной сфере. Ценностно-ориентированный подход к PR-практике : монография / Е. А. Осипова. - Москва : НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 128 с. - ISBN 978-5-16-103662-4. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/523515>

2. Связи с общественностью: теория, практика, коммуникативные стратегии : учеб. пособие для студентов вузов / под ред. В.М. Горохова, Т.Э. Гринберг. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Аспект Пресс, 2017. - 224 с. - ISBN 978-5-7567-0896-7. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1039446>

Дополнительная литература

1. Дорский, А. Ю. Правовое регулирование рекламной деятельности и связей с общественностью : учебное пособие / А. Ю. Дорский. - СПб : Изд-во С.-Петербур. ун-та, 2019. - 216 с. - ISBN 978-5-288-05937-7. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1080941>

2. Осипова, Е. А. Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью : учебник / Е.А. Осипова. — Москва : ИНФРА-М, 2019. — 381 с. + Доп. материалы [Электронный ресурс; Режим доступа: <https://znanium.com>]. — (Высшее образование: Бакалавриат). — www.dx.doi.org/10.12737/textbook_5c6ffedda58f78.54410213. - ISBN 978-5-16-107682-8. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/944854>

3. Осипова, Е.А. Профессиональная подготовка специалистов по связям с общественностью к реализации аксиологического подхода в PR-практике [Электронный ресурс] : статья / Е.А. Осипова. - Москва : Инфра-М, 2015. - 3 с. - Текст : электронный. - URL: <http://znanium.com/catalog/product/525026>

4. Пособие по общественным связям в науке и технологиях: Учебное пособие / Под ред. Букки М. - М.: Альпина нон-фикшн, 2018. - 592 с.: ISBN 978-5-91671-696-2. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1002907>

5. Чумиков, А. Н. Государственный PR: связи с общественностью для государственных организаций и проектов : учебник / А.Н. Чумиков, М.П. Бочаров. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : ИНФРА-М, 2019. — 343 с. + Доп. материалы [Электронный ресурс; Режим доступа <http://znanium.com>]. — (Высшее образование: Бакалавриат). — www.dx.doi.org/10.12737/textbook_592bf62f2c4f86.51817652. - ISBN 978-5-16-101069-3. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/989359>

Рекомендуемые Интернет-ресурсы и другие электронные информационные источники:

- <http://mon.gov.ru/> - Министерство образования и науки РФ
- www.edu.ru - портал «Российское образование».
- www.school.edu.ru - «Российский общеобразовательный портал».
- www.humanities.edu.ru – портал «Социально-гуманитарное и политологическое образование».
- <http://school-collection.edu.ru> – единая коллекция цифровых образовательных ресурсов.
- <http://fcior.edu.ru> – федеральный центр информационно-образовательных ресурсов.

Электронно-библиотечные системы:

1. ЭБС «Biblioclub.ru»
2. ЭБС «Book.ru»
3. НЭБ «eLIBRARY.RU»
4. ЭБС «Znanium»
5. ЭБС «ЮРАЙТ»

Наукометрические системы

1. Российский индекс научного цитирования (РИНЦ)
2. Web of Science
3. SCOPUS

Перечень информационно-справочных систем

1. <http://www.consultant.ru/> - Консультант Плюс;
2. <http://www.garant.ru>-Гарант.

Перечень профессиональных баз данных

1. <http://www.gks.ru/> - Росстат – федеральная служба государственной статистики
2. <http://www.iер.ru/ru/publikacii/categories.html> - Федеральный образовательный портал. Экономика. Социология. Менеджмент

Электронные ресурсы

Ситуационный центр ФГБОУ ВО «РЭУ им. Г.В. Плеханова»

Программное обеспечение

Операционная система Windows 10, Microsoft Office Professional Plus: 2019 (MS Word, MS Excel, MS Power Point, MS Access)

Антивирус Dr.Web Desktop Security Suite Комплексная защита

Браузер Google Chrome, Mozilla Firefox.

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»

**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. Разработка и реализация механизма/моделей организации рекламной деятельности предприятий различных отраслей и сфер деятельности;
2. Реализация стратегического подхода к организации рекламной деятельности предприятий и организаций различных отраслей и сфер деятельности;
3. Стратегии и тактики управления рекламой проектов/стратапов (на примере предприятий различных сфер деятельности);
4. Рекламные стратегии в системе продвижения продукции и услуг предприятий различных отраслей сфер деятельности;
5. Стратегическое планирование рекламной деятельности для предприятий различных отраслей и сфер деятельности;
6. Перспективы и возможности государственного регулирования рекламной деятельности предприятий в условиях меняющейся рыночной экономики;
7. Мировой опыт и перспективы саморегулирования и институциональной поддержки рекламной деятельности предприятий и организаций;
8. Рекомендации по повышению качества оценки эффективности рекламной деятельности предприятий различных отраслей и сфер деятельности;
9. Разработка и обоснование бюджетов рекламной деятельности для предприятий различных отраслей и сфер деятельности;
10. Разработка комплекса интегрированных коммуникаций в системе продвижения продукции и услуг предприятия различных отраслей и сфер деятельности;
11. Коммуникативная поддержка бренда предприятий различных отраслей и сфер деятельности;
12. Разработка и реализация имиджевых коммуникаций корпоративных структур в условиях высококонкурентного рынка;
13. Стратегии рекламы и формирование капитала брендов предприятий, продукции и услуг;
14. Брендированная политика как фактор повышения эффективности коммуникаций предприятий или организаций различных отраслей и сфер деятельности;
15. Стратегии и программы продвижения портфеля брендов предприятий (на примере отдельных рынков продукции и услуг);
16. Модели и стратегии разработки и реализации событийных коммуникаций предприятий и организаций различных отраслей и сфер деятельности;
17. Социальные сети и их влияние на повышение коммуникативного потенциала предприятий и организаций различных отраслей и сфер деятельности;
18. Стратегии и тактики организации рекламной деятельности и продвижения продукции предприятий в социальных сетях;

19. Рекламные коммуникации предприятий и организаций в условиях кризиса;
20. Оценка эффективности рекламы и продвижения предприятий, продукции, услуг в социальных сетях;
21. Стратегия построения бренд-коммуникаций для продвижения брендов предприятий, продукции, услуг на целевые рынки;
22. Разработка внутрикорпоративных коммуникаций в системе формирования и развития корпоративной культуры предприятий и организаций различных отраслей и сфер деятельности (на выбор);
23. Коммуникативная поддержка деловой репутацией предприятий и организаций в современных российских условиях;
24. Стратегии и программы коммуникативной деятельности предприятий индустрии моды, сферы товаров класса люкс;
25. Перспективы и стратегии развития российского рекламного рынка;
26. Стратегии и тактики медиапланирования предприятий и организаций в России в современных условиях;
27. Стратегии и программы рекламы в электронной коммерции: тенденции, инструменты, направления;
28. Организация рекламной деятельности в системе обеспечения корпоративной социальной ответственности российских предприятий/западных компаний;
29. Стратегии и программы рекламной деятельности предприятий в новых медиа в различных отраслях и сферах деятельности;
30. Коммуникативная поддержка программ ребрендинга предприятий различных отраслей и сфер деятельности;
31. Стратегии и тактики взаимодействий предприятий и рекламных агентств при реализации рекламных кампаний;
32. Стратегии и программы продвижения продукции предприятия с использованием средств мобильной рекламы;
33. Разработка креативных стратегий и повышение эффективности рекламной деятельности предприятий и организаций различных отраслей и сфер деятельности;
34. Учет национальных особенностей и этических стереотипов целевых аудиторий при построении рекламных коммуникаций предприятий и организаций;
35. Перспективы реализации профессионального и компетентностного подхода в образовании в области рекламы;
36. Трансформация компетенций специалиста по рекламе и обеспечение образовательной безопасности вуза;
37. Разработка стратегий и программ рекламной деятельности для образовательных организаций высшего образования
38. Формирование и коррекция имиджа образовательной организации высшего образования в масс-медиа
39. Рекламные стратегии в системе формирования бренда образовательной организации высшего образования;
40. Краудсорсинг и крайдфаундинг в коммуникационной стратегии образовательной организации высшего образования;
41. Рекламное и PR-сопровождение образовательных проектов образовательной организации высшего образования;
42. SMM как форма низкобюджетной организации рекламной деятельности для образовательной организации высшего образования;
43. Стратегии и программы выставочной деятельности в системе рекламной деятельности образовательной организации высшего образования;
44. Рекламные и PR стратегии образовательной организации высшего образования при взаимодействии с целевыми аудиториями на международных рынках образовательных услуг;
45. Механизм/модели построения коммуникаций при управлении репутацией предприятий и организаций различных отраслей и сфер деятельности.

**Карта обеспеченности дисциплины «Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы»
учебными изданиями и иными информационно-библиотечными ресурсами**

ОНЦ «Торговля»

Кафедра рекламы, связей с общественностью и дизайна

ОПОП ВО по направлению подготовки Реклама и связи с общественностью

Уровень подготовки: магистратура

№ п/п	Наименование, автор	Выходные данные	Информация по НИБЦ им. академика Л.И. Абалкина		Количество экземпляров на кафедре (в лаборатории) (шт.)	Численность студентов (чел.)	Показатель обеспеченности студентов литературой: = 1 (при наличии в ЭБС); или =(колонка 4/ колонка 7) (при отсутствии в ЭБС)
			количество печатных экземпляров (шт.)	наличие в ЭБС (да/нет), название ЭБС			
1	2	3	4	5	6	7	8
Основная литература							
1	Осипова, Е. А. Связи с общественностью в социальной сфере. Ценностно-ориентированный подход к PR-практике : монография / Е. А. Осипова.	Москва: НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 128 с. - ISBN 978-5-16-103662-4		Да https://znaniyum.com/catalog/product/523515	×	25	1
2	Связи с общественностью: теория, практика, коммуникативные стратегии: учеб. пособие для студентов вузов / под ред. В.М. Горохова, Т.Э. Гринберг. — 2-е изд., испр. и доп.	Москва: Аспект Пресс, 2017. - 224 с. - ISBN 978-5-7567-0896-7		Да https://znaniyum.com/catalog/product/1039446		25	1
Дополнительная литература							
1	Дорский, А. Ю. Правовое регулирование рекламной деятельности и связей с	Изд-во С.-Петерб. ун-та, 2019. - 216 с. - ISBN 978-5-288-05937-7		Да https://znaniyum.com/catalog		25	1

	общественностью: учебное пособие / А. Ю. Дорский. - СПб			/product/1080941			
2	Осипова, Е. А. Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью : учебник / Е.А. Осипова	Москва : ИНФРА-М, 2019. — 381 с. + Доп. материалы [Электронный ресурс; Режим доступа: https://znanium.com]. — (Высшее образование: Бакалавриат). — www.dx.doi.org/10.12737/extbook_5c6ffedda58f78.54410213 . - ISBN 978-5-16-107682-8.		Да https://znanium.com/catalog/product/944854		25	1
3	Осипова, Е.А. Профессиональная подготовка специалистов по связям с общественностью к реализации аксиологического подхода в PR-практике [Электронный ресурс]: статья / Е.А. Осипова	Москва : Инфра-М, 2015. - 3 с.		Да http://znanium.com/catalog/product/525026	×	25	1
4	Пособие по общественным связям в науке и технологиях: Учебное пособие / Под ред. Букки М.	М.:Альпина нон-фикшн, 2018. - 592 с.: ISBN 978-5-91671-696-2.		Да https://znanium.com/catalog/product/1002907		25	1
5	Чумиков, А. Н. Государственный PR: связи с общественностью для государственных организаций и проектов : учебник / А.Н. Чумиков, М.П. Бочаров. — 3-е изд., перераб. и	Москва : ИНФРА-М, 2019. — 343 с. + Доп. материалы [Электронный ресурс; Режим доступа http://znanium.com]. — (Высшее образование: Бакалавриат). —		Да https://znanium.com/catalog/product/989359			

	доп.	www.dx.doi.org/10.12737/t extbook_592bf62f2c4f86.5 1817652. - ISBN 978-5-16- 101069-3					
--	------	--	--	--	--	--	--

Зав. кафедрой _____ *Осипова* _____ Е.А. Осипова

«30» апреля 2018 г.

Согласовано:

Сотрудник НИБЦ _____ *Климова И.И.* / _____ /
Климова И.И. /
(подпись)

«30» апреля 2018 г.

Научно-информационный библиотечный центр
имени академика Л.И. Абалкина
ФГБОУ ВО «РЭУ им. Г.В. Плеханова»

(Ф.И.О.)

Научно-информационный библиотечный центр
имени академика Л.И. Абалкина
ФГБОУ ВО «РЭУ им. Г.В. Плеханова»