

**АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКИЙ НОВЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(АНО ВО «РосНОУ»)**

Кафедра рекламы и связей с общественностью



«УТВЕРЖДАЮ»

Проректор по учебной работе

Г.А. Шабанов

ПРОГРАММА ГОСУДАРСТВЕННОЙ ИТОГОВОЙ АТТЕСТАЦИИ

Направление подготовки:

42.04.01 «Реклама и связи с общественностью»

профиль: «Реклама и связи с общественностью в сфере социальных инноваций»

Программа
государственной итоговой аттестации
рассмотрена и утверждена
на заседании Ученого совета
22 января 2019 г., протокол № 28/94

Москва 2019 г.

ВВЕДЕНИЕ

Программа государственной итоговой аттестации (далее - ГИА) по образовательной программе высшего образования (далее - ОП ВО) разработана по направлению подготовки 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью» (уровень магистратура) на основании:

- Федерального закона «Об образовании в Российской Федерации» от 29.12.2012 № 273-ФЗ;

- Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования (далее - ФГОС ВО) по направлению подготовки 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью» (уровень магистратура), утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 08.04.2015 г. № 372;

- Приказа Министерства образования и науки РФ «Об утверждении порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры» от 05.04.2017 №301;

- Приказа Министерства образования и науки РФ «Об утверждении Порядка проведения государственной итоговой аттестации по образовательным программам высшего образования - бакалавриата, специалитета и магистратуры» № 636 от 29 июня 2015 г. (в ред. Приказа Минобрнауки России от 28.04.2016 № 502);

- Устава АНО ВО «РосНОУ».

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

ГИА проводится в целях определения соответствия результатов освоения обучающимися ОП ВО требованиям ФГОС ВО.

ГИА включает:

- сдачу государственного экзамена (далее – ГЭ) (решение Ученого совета от 02.03.2016 г. № 6/72);

- защиту выпускной квалификационной работы (далее - ВКР).

Программа ГИА включает в себя:

- содержание ГЭ, описание фонда оценочных средств и критерии оценки результатов сдачи ГЭ;

- требования к ВКР и порядку ее выполнения, а также фонд оценочных средств и критерии оценки защиты ВКР.

Планируемые результаты освоения ОП ВО, соотнесенные с планируемыми результатами обучения, приведены в таблице 1.

Таблица 1

Планируемые результаты обучения по ОП

Шифр компетенции	Результаты освоения	Планируемые результаты обучения	Вид ГИА	
			ГЭ	ВКР
1	2	3	4	5
Общекультурные компетенции				
ОК-1	способность к абстрактному мышлению, анализу, синтезу	<i>Знать</i> : принципы абстрактного мышления, методы анализа и синтеза <i>Уметь</i> : мыслить абстрактно <i>Владеть</i> : навыками использования анализа и синтеза	+	-
ОК-2	готовность действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения	<i>Знать</i> : виды нестандартных ситуаций и способы эффективных действий в них <i>Уметь</i> : нести социальную и этическую ответственность <i>Владеть</i> : навыками принятия решений	+	-
ОК-3	готовность к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала	<i>Знать</i> : принципы саморазвития, самореализации, основы творчества <i>Уметь</i> : применять принципы саморазвития, самореализации <i>Владеть</i> : навыками использования творческого потенциала	+	-
ОК-4	способность к самостоятельному обучению новым методам исследования, к изменению научного и научно-производственного профиля своей профессиональной деятельности	<i>Знать</i> : новые методы исследования <i>Уметь</i> : гибко реагировать на изменение научного и научно-производственного профиля своей профессиональной деятельности <i>Владеть</i> : навыками самостоятельного обучения новым методам исследования	-	+
ОК-5	способность свободно пользоваться иностранными языками как средством делового общения	<i>Знать</i> : иностранные языки, стилистику делового общения <i>Уметь</i> : пользоваться иностранными языками как средством делового общения <i>Владеть</i> : навыками работы с литературой на иностранном языке	+	-
ОК-6	способность воспринимать различия этнических особенностей, традиций и культур, самостоятельно	<i>Знать</i> : различия этнических особенностей, традиций и культур <i>Уметь</i> : работать в	-	+

	работать в кросс-культурном пространстве и на международном уровне	кросс-культурном пространстве и на международном уровне <i>Владеть:</i> навыками работы в кросс-культурном коллективе	-	+
Общепрофессиональные компетенции				
ОПК-1	способность 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	<i>Знать:</i> профессиональные функции 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	-	+
		<i>Уметь:</i> руководить осуществлением профессиональных функций в области рекламы и связей с общественностью	-	+
		<i>Владеть:</i> навыками руководства осуществлением профессиональных функций в области рекламы и связей с общественностью	-	+
ОПК-2	способность планировать и осуществлять коммуникационные кампании и мероприятия	<i>Знать:</i> принципы планирования и осуществления коммуникационных кампаний и мероприятий	-	+
		<i>Уметь:</i> планировать и осуществлять коммуникационные кампании и мероприятия	-	+
		<i>Владеть:</i> навыками планирования и осуществления коммуникационных кампаний и мероприятий	-	+
ОПК-3	владение корректной устной и письменной речью в рамках профессиональной тематики на русском и иностранных языках	<i>Знать:</i> русский и иностранный языки	+	-
		<i>Уметь:</i> корректно излагать свои мысли на русском и иностранных языках	+	-
		<i>Владеть:</i> навыками корректной устной и письменной речи в рамках профессиональной тематики на русском и иностранных языках	+	-
ОПК-4	способность вести диалог, переписку, переговоры на иностранном языке в рамках уровня поставленных задач для	<i>Знать:</i> теорию переговорного процесса, иностранный язык	-	+
		<i>Уметь:</i> вести диалог, переписку, переговоры на иностранном языке	-	+
			-	+

	решения профессиональных вопросов	<i>Владеть:</i> навыками переписки на иностранном языке в рамках уровня поставленных задач для решения профессиональных вопросов		
ОПК-5	владение техниками установления профессиональных контактов и развития профессионального общения, в том числе на иностранных языках	<i>Знать:</i> техники установления профессиональных контактов; иностранный язык <i>Уметь:</i> применять техники установления профессиональных контактов <i>Владеть:</i> навыками развития профессионального общения, в том числе на иностранных языках	- - -	+ + +
ОПК-6	владение методами делового общения в интернациональной среде, способностью использовать особенности местной деловой культуры зарубежных стран	<i>Знать:</i> методы делового общения в интернациональной среде <i>Уметь:</i> использовать особенности местной деловой культуры зарубежных стран <i>Владеть:</i> навыками делового общения	- - -	+ + +
ОПК-7	способность 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	<i>Знать:</i> особенности информационных технологий <i>Уметь:</i> применять новые знания и умения, в том числе в новых областях знаний, непосредственно не связанных со сферой деятельности <i>Владеть:</i> навыками приобретения с помощью информационных технологий новых знаний и умений	+ + +	- - -
ОПК-8	готовность на практике защитить свои законные права, в том числе права личности, при уважении к соответствующим правам других в многоэтничном и интернациональном окружении	<i>Знать:</i> свои законные права, в том числе права личности <i>Уметь:</i> защищать права личности, при уважении к соответствующим правам других в многоэтничном и интернациональном окружении <i>Владеть:</i> навыками защиты своих законных прав	+ + +	- - -
ОПК-9	способность нести персональную ответственность за результаты своей профессиональной деятельности	<i>Знать:</i> принципы персональной ответственности <i>Уметь:</i> нести персональную ответственность за результаты своей профессиональной деятельности <i>Владеть:</i> навыками принятия решений и ответственности за	+ + +	- - -

		результат		
Профессиональные компетенции (указываются все ПК, включенные в учебный план)				
ПК-12	способность определять стратегические цели и руководить проектированием, планированием, подготовкой и реализацией коммуникационных кампаний и мероприятий	<i>Знать:</i> принципы проектирования, планирования, подготовки и реализации коммуникационных кампаний и мероприятий	-	+
		<i>Уметь:</i> руководить проектированием, планированием, подготовкой и реализацией коммуникационных кампаний и мероприятий	-	+
		<i>Владеть:</i> навыками определения стратегических целей	-	+
ПК-13	способность руководить созданием эффективной коммуникационной инфраструктуры организации	<i>Знать:</i> принципы создания эффективной коммуникационной инфраструктуры организации	-	+
		<i>Уметь:</i> определять эффективность коммуникационной инфраструктуры организации	-	+
		<i>Владеть:</i> навыками руководства отделом	-	+

Объем ГИА (в зачетных единицах) в соответствии с ОП ВО по направлению подготовки 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью» (уровень магистратура) составляет 9 зачетных единиц,

2. ПРОГРАММА ГОСУДАРСТВЕННОГО ЭКЗАМЕНА

Государственный экзамен по направлению подготовки «Реклама и связи с общественностью» является междисциплинарным и включает знания, полученные в ходе изучения дисциплин: Технологии рекламы и связей с общественностью, Планирование и реализация кампании по рекламе и связям с общественностью, Социально-гуманитарные инновации.

ГЭ проводится в устной форме: ответ обучающегося на экзаменационные вопросы и собеседование по экзаменационному билету, утвержденному председателем Государственной экзаменационной комиссии (далее – ГЭК), включающим три теоретических вопроса.

ГЭ принимается ГЭК, сформированной и утвержденной в соответствии с Положением об итоговой государственной аттестации выпускников высших учебных заведений в Российской Федерации, на закрытом заседании ГЭК.

На ГЭ выпускник должен четко и ясно формулировать ответы на вопросы экзаменационного билета, иллюстрировать их конкретной практической информацией. Выпускник должен глубоко разбираться во всем круге вопросов по получаемому профилю.

На подготовку к ответу на билет отводится 30 минут.

При подготовке к ответу экзаменуемый вправе уточнить смысл экзаменационных вопросов, указанных в билете.

Готовясь к ответу, выпускник вправе пользоваться программой ГЭ. Для ответа на билет каждому выпускнику отводится примерно 15 минут.

2.1. Содержание государственного экзамена

ГЭ по направлению подготовки 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью» (уровень магистратура) является междисциплинарным, включающим следующие учебные дисциплины:

1. Технологии рекламы и связей с общественностью в различных сферах

Технологии рекламы и связей с общественностью. Теоретические методы изучения связей с общественностью: структурализм, топологический метод, системный анализ. Эмпирические методы: количественные и качественные.

Методы сбора информации. Анкета, ее структура, особенности построения вопросов. Опрос, виды опросов и особенности их проведения. Работа с фокус-группой, цели и задачи. Виды фокус-групп, особенности работы с разными видами фокус-групп. Специфика работы модератора. Техника постановки задач. Анализ полученных данных. Составление анкеты. Задачи анкеты. Структура анкеты. Виды вопросов. Этические требования при составлении анкеты и проведения анкетных опросов.

Технология работы с заказчиком. Получение задания. Разработка брифа. Составление отчета для заказчика. Структура отчета. Выводы по проделанной работе.

Технологии рекламы и связей с общественностью в бизнесе. Направления связей с общественностью в сфере бизнеса. Технологии продвижения коммерческих компаний, продуктов, услуг. Реклама и связи с общественностью в сфере услуг. Технологии продвижения банковских, медицинских, образовательных услуг. Направления социальных связей с общественностью.

Технологии связей с общественностью и рекламы в туризме. Брендинг дестинаций. Технологии продвижения дестинаций. Специфика рекламы в сфере туризма. Связи с общественностью в экологии как необходимый компонент развития и сохранения отдельных регионов и мира в целом. Актуализация экологического фактора. Социально ответственный «зеленый пиар». Социальная реклама.

Политические PR-технологии и рекламная деятельность в избирательной кампании. Направления политических связей с общественностью. Исследовательский этап избирательной кампании. Планирование кампании: концепция, рабочий план, последовательность этапов. Реализация коммуникационной программы. Подведение итогов кампании. Политическая реклама.

Связи с общественностью: коммуникативные основы. Значение коммуникации в связях с общественностью. Использование мифа в связях с общественностью. Миф как политехнология. Миф и средства массовой информации. Анализ современных PR-кампаний в поддержку российского спорта. Анализ брендов отечественных авиакомпаний. Анализ брендов гипермаркетов. Особенности продвижения художественного проекта. Особенности продвижения выставки для музея. Благотворительность как необходимая часть современных связей с общественностью. Организация специальных PR-мероприятий.

Литература

Основная:

1. Минаева Л.В. Связи с общественностью. Составление документов. Теория и практика: учебное пособие. — М.: Аспект Пресс, 2012.— 320 с.— URL: <http://www.iprbookshop.ru/8972>

2. Немец Г.Н. Реклама и паблик рилейшнз в структуре общества потребления: учебное пособие. — Краснодар: Южный институт менеджмента, 2011. — 104 с. — URL: <http://www.iprbookshop.ru>

3. Пособие по общественным связям в науке и технологиях / под ред. М. Букки, Б. Тренча. — М.: Альпина нон-фикшн, 2018. — 588 с. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/82636.html>

Дополнительная:

4. Китчен Ф. Паблик рилейшнз. Принципы и практика: учебное пособие/ Китчен Ф. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 455 с. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/81726.html>

5. Филатова О. Г. Социальная реклама и PR-поддержка программ развития информационного общества: учебное пособие. — СПб.: Университет ИТМО, 2013. — 136 с. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/68705.html>

6. Чумиков А.Н. Реклама и связи с общественностью. Имидж, репутация, бренд: учебное пособие. — М.: Аспект Пресс, 2012.— 159 с.— URL: <http://www.iprbookshop.ru/8976>

2. Планирование и реализация кампании по рекламе и связям с общественностью

PR: определение, цели, задачи, модели, функции. Управление проектами в области профессиональной деятельности. Функции PR-менеджера. Цели и задачи связей с общественностью. Функции и модели связей с общественностью.

PR-кампания как часть PR-деятельности: цели, задачи, этапы. Место и роль кампаний в сфере PR-деятельности. Цели и задачи кампаний по связям с общественностью. Этапы PR-кампании.

Особенности проведения PR-кампаний в различных сферах. Особенности проведения PR-кампаний в банковской сфере, на рынке недвижимости, для вузов, в гостиничном бизнесе, в туризме, ресторанном и других видах бизнеса. Особенности проведения кампаний в политической сфере (на примере избирательных кампаний), в некоммерческой сфере (на примере

фандрайзинговых кампаний), кампаний по продвижению территорий.

Исследования в контексте PR-кампании. Анализ рынка и его роль в проведении кампании по связям с общественностью. Понятие информационного поля. Сценография информационных поводов. Порядок организации и распределения основных информационных потоков. Базы данных, их источники и способы формирования. Особенности проведения информационных кампаний в регионах. Понятие и общая характеристика исследования в контексте PR-кампании. Основные направления исследований на этапе подготовки PR-кампании. Виды и методы исследований в целях проведения PR-кампании. Основные характеристики рынка, на котором работает фирма, организация, учреждение.

Разработка плана проведения PR-кампании. Составление плана проведения PR-кампании: анализ ситуации; определение проблемы (проблем); определение целей и задач кампании; выделение целевой общественности. Разработка концепции и стратегии кампании. Определение PR-средств и других средств продвижения для использования в кампании. Медиапланирование. Составление бюджета кампании. Определение критериев оценки эффективности кампании.

Организация практической реализации кампании по связям с общественностью. Стратегия кампании, ее представление заказчику. Творческий аспект стратегии. Разработка содержательной и эстетической части текста. Медиааспект стратегии. Медиакарта, ее продуктивное использование. Виды данных и показатели, используемые в медиапланировании. Медиаобсчет, его основные параметры. Требования, предъявляемые к медиаплану и способы его оптимизации.

Тактика координации информационных процессов. Коммуникативные приемы и современные информационные технологии. Оперативный контроль и корректировка текущих проектов

Осуществление заключительного этапа кампании по связям с общественностью. Методика определения промежуточных и результирующих итогов кампании. Оценка эффективности кампании по связям с общественностью. Формы, методы и критерии оценки эффективности кампании по связям с общественностью. Структура отчета.

Особенности планирования и реализации рекламных кампаний. Анализ различных рекламных обращений, используемых в рекламных кампаниях. Понятие и классификация рекламных кампаний. Факторы, учитываемые при планировании рекламных кампаний. Этапы рекламных кампаний, их содержание. Методы формирования бюджета рекламной деятельности и рекламной кампании. Структура расходов бюджета рекламной кампании. Рекламное агентство и его роль в организации рекламных кампаний.

Определение целевой аудитории в рекламной кампании. Понятие целевой аудитории. Определение ключевых проблем и профилей целевых аудиторий. Ожидаемый резонанс, способы прогнозирования вариантов поведения целевых групп. Сегментация и её использование для определения целевой аудитории: региональные, демографические, психографические и поведенческие критерии.

Технология создания событий в ходе проведения рекламных кампаний. Организация и проведение мероприятий событийного маркетинга. Используемые технологии. Возможные проблемы и пути их решения при подготовке и проведении событийных мероприятий в ходе рекламных кампаний.

Литература

Основная:

1. Гарин Н.Н. Связи с общественностью. Теория, практика, коммуникативные стратегии: учебное пособие. — М.: Аспект Пресс, 2011.— 198 с. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/8968>

2. Китчен Ф. Паблик рилейшнз. Принципы и практика: учебное пособие для вузов. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 455 с. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/81726.html>

3. Малькевич А. А. Организация и проведение кампаний в сфере связей с общественностью: учебное пособие для академического бакалавриата. — М.: Юрайт, 2019. — 109 с. — URL: <https://biblio-online.ru/bcode/441313>

Дополнительная:

4. Протасова О. Л. Связи с общественностью и имидж в политической сфере российского общества: учебное пособие. — Тамбов: Тамбовский государственный технический университет, ЭБС АСВ, 2015. — 80 с. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/64567.html>

5. Сайкин Е. А. Организация и проведение кампаний в связях с общественностью: учебное пособие. — Новосибирск: Новосибирский государственный технический университет, 2014. — 84 с. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/44973.html>

6. Чумиков А.Н. Реклама и связи с общественностью. Имидж, репутация, бренд. — М.: Аспект Пресс, 2012. — 159 с. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/8976>

3. Социально-гуманитарные инновации

Диффузия инноваций, проявляющаяся в открытии новых областей применения и совершенствовании инноваций, продолжающихся после их внедрения. Социальное предпринимательство, проявляющееся в создании новых социально-ориентированных организаций. Бизнес в сфере новых технологий. Источники открытого доступа, в том числе Википедия. Эволюция адаптивных систем. Коллективный подход в сфере социально-гуманитарных инноваций. Институциональная поддержка социально-гуманитарных инноваций. Благоприятные и неблагоприятные условия для внедрения социально-гуманитарных инноваций.

Формирование глобального информационного общества. Информатизация и виртуализация. Социально-экономические особенности нового информационного пространства сети интернет. Коммуникативное действие в теории Ю. Хабермаса. Информационные войны: история и современность. Семиотический аспект теории социальных коммуникаций. Знак и символ в

социальных коммуникациях. Лингвистический уровень коммуникации. Коммуникативная личность. Общение как обмен информацией. Интерактивная сторона общения. Стандартизация в социальных коммуникациях. Подход к социальному взаимодействию и социальным коммуникациям в концепции «символического интеракционизма». Личность и коммуникация. Коммуникации и политическая социализация. Коммуникация и иерархия в коллективном поведении животных. Социологические методы исследования социальной коммуникации. Классификация социальных инноваций. Исследования социальных инноваций: исторический аспект. Роль социальных инноваций в развитии общества.

Литература:

Основная:

1. Нагорнова А.Ю. Социальные инновации: Учебное пособие. — http://window.edu.ru/resource/139/80139/files/nagornova_soc_innov.pdf
2. Плотинский Ю.М. Модели социальных процессов: Учебное пособие. — <http://ecsocman.hse.ru/data/2010/11/01/1214790087/Модели%20социальных%20п%20процессов.pdf>

Дополнительная:

1. Князева Е.Н. Возвращать социальные инновации — значит управлять креативно — <http://spkurdyumov.ru/forecasting/vzrashhivat-socialnye-innovacii/>
2. Социальные инновации: кому это нужно? — <http://csrjournal.com/13431-socialnye-innovacii-komu-eto-nuzhno.html>
3. Социальные инновации: на пути к безбарьерной России — <http://www.kp.ru/daily/26170/3057534/>
4. Федотова В. Социальные инновации как основа процесса модернизации общества // Вопросы философии. 2010. № 10. — http://www.intelros.ru/intelros/reiting/reiting_09/material_sofiy/8736-socialnye-innovacii-kak-osnova-processa-modernizacii-obshhestva.html
5. Шаймарданова В.М., Губина Н.В. Социальные инновации: история зарождения и современный опыт — <http://www.scienceforum.ru/2015/831/8921>
6. Эксперт: «Социальные инновации помогут улучшить жизнь общества» — http://ria.ru/sn_opinion/20131111/975961429.html

2.2. Фонд оценочных средств к государственному экзамену

Фонд оценочных средств к ГЭ включает:

- экзаменационные вопросы.

2.2.1. Вопросы к государственному экзамену

1. PR в экологии как необходимый компонент развития и сохранения отдельных регионов и мира в целом.
2. Бюджет рекламных кампаний.
3. Виды связей с общественностью и формы деятельности.
4. Годовое планирование рекламных кампаний.
5. Знак и символ в социальных коммуникациях.

6. Интерактивная сторона общения.
7. Информатизация и виртуализация.
8. Информационные войны: история и современность.
9. Исследования социальных инноваций: исторический аспект.
10. Исследовательский этап избирательной кампании.
11. Календарный план-график выхода рекламных обращений.
12. Классификация социальных инноваций.
13. Коммуникативная личность.
14. Коммуникативное действие в теории Ю. Хабермаса.
15. Коммуникации и политическая социализация.
16. Коммуникация и иерархия в коллективном поведении животных.
17. Критерии классификации PR-инструментов в кампаниях по связям с общественностью.
18. Лингвистический уровень коммуникации.
19. Личность и коммуникация.
20. Маркетинговые исследования в организации и проведении рекламных кампаний.
21. Место и роль кампаний в сфере PR-деятельности.
22. Общение как обмен информацией.
23. Организация взаимодействия с PR-агентством в ходе подготовки и проведения кампаний по связям с общественностью.
24. Основные инструменты брендинга территории.
25. Особенности проведения PR-кампаний в различных сферах.
26. Оценка эффективности кампании по связям с общественностью.
27. Планирование избирательной кампании: концепция, рабочий план, последовательность этапов.
28. Подведение итогов избирательной кампании.
29. Подход к социальному взаимодействию и социальным коммуникациям в концепции «символического интеракционизма».
30. Политические PR-кампании: стратегия планирования и проведения.
31. Получение задания и разработка брифа при работе с заказчиком.
32. Реализация коммуникационной программы.
33. Реклама и PR в сфере услуг.
34. Рекламные агентства, структура и их функции.
35. Роль медиапланирования в проведении рекламных кампаний.
36. Роль социальных инноваций в развитии общества.
37. Сегментирование рынка и его роль в повышении эффективности рекламных кампаний.
38. Сезонность и события как факторы планирования рекламных кампаний.
39. Семиотический аспект теории социальных коммуникаций.
40. Содержание брифа (технического задания) на осуществление рекламной кампании.
41. Содержание договора между рекламодателем и рекламным агентством.

42. Составление отчета для заказчика. Структура отчета.
43. Социально-экономические особенности нового информационного пространства сети интернет.
44. Социологические методы исследования социальной коммуникации.
45. Стандартизация в социальных коммуникациях.
46. Теоретические методы изучения связей с общественностью.
47. Теоретические методы изучения связей с общественностью: структурализм, топологический метод, системный анализ.
48. Технологии продвижения банковских, медицинских, образовательных услуг.
49. Технологии продвижения коммерческих компаний, продуктов, услуг.
50. Технологии продвижения территории.
51. Технология работы с заказчиком в связях с общественностью.
52. Технология создания PR-событий в ходе кампаний по связям с общественностью.
53. Факторы, влияющие на медиапланирование. Основные понятия медиапланирования.
54. Формирование глобального информационного общества.
55. Формы, методы и критерии оценки эффективности кампании по связям с общественностью.
56. Характеристика PR-инструментов и их использование в кампаниях по связям с общественностью.
57. Целевой рынок, целевой сегмент, ниша рынка, целевая аудитория, принципы сегментирования, критерии сегментации.
58. Цели и задачи рекламных кампаний.
59. Эмпирические методы изучения связей с общественностью: количественные и качественные.
60. Этапы планирования и проведения рекламной кампании.

2.3. Критерии оценки сдачи государственного экзамена

Основными критериями оценки уровня подготовки и сформированности соответствующих компетенций выпускника являются:

- уровень усвоения студентом теоретических знаний для решения профессиональных задач;
- степень владения профессиональной терминологией;
- логичность, обоснованность, четкость ответа;
- сочетание полноты и лаконичности ответа;
- сформированность компетенций (разносторонний анализ и раскрытие теоретического вопроса);
- ориентирование в нормативной, научной и специальной литературе культура ответа.

При проведении ГЭ устанавливаются следующие критерии оценки знаний выпускников:

Оценка «отлично» - глубокие исчерпывающие знания всего

программного материала, понимание сущности и взаимосвязи рассматриваемых процессов и явлений, твердое знание основных положений смежных дисциплин: логически последовательные, содержательные, полные правильные и конкретные ответы на все вопросы экзаменационного билета и дополнительные вопросы членов ГЭК; использование в необходимой мере в ответах на вопросы материалов всей рекомендованной литературы.

Оценка «хорошо» - твердые и достаточно полные знания всего программного материала, правильное понимание сущности и взаимосвязи рассматриваемых процессов и явлений; последовательные, правильные, конкретные ответы на поставленные вопросы членов ГЭК при свободном устранении замечаний по отдельным вопросам.

Оценка «удовлетворительно» - твердое знание и понимание основных вопросов программы; правильные и конкретные, без грубых ошибок ответы на поставленные вопросы членов ГЭК при устранении неточностей и несущественных ошибок в освещении отдельных положений при наводящих вопросах; основная рекомендованная литература использована недостаточно.

Оценка «неудовлетворительно» - неправильный ответ хотя бы на один из основных вопросов членов ГЭК; грубые ошибки в ответе; непонимание сущности излагаемых вопросов; неуверенные и неточные ответы на дополнительные вопросы.

3. ТРЕБОВАНИЯ К ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЕ

3.1. Общие требования

ВКР представляет собой выполненную обучающимся (несколькими обучающимися совместно) работу, демонстрирующую уровень подготовленности выпускника к самостоятельной профессиональной деятельности.

К ВКР предъявляют следующие требования:

- а) соответствие названия ВКР ее содержанию, четкая целевая направленность и актуальность;
- б) логическая последовательность наложения материала, базирующаяся на прочных теоретических знаниях по избранной теме и убедительных аргументах;
- в) корректное изложение материала с учетом принятой научной терминологии;
- г) достоверность полученных результатов и обоснованность выводов;
- д) научный стиль изложения;
- е) оформление работы в соответствии с действующими требованиями.

Объем ВКР должен быть достаточным для изложения путей реализации поставленных задач и достижения поставленной цели, не перегружен малозначащими деталями и не может влиять на оценку при защите.

3.2 Требования к структуре выпускной квалификационной работы

ВКР выполняется на базе теоретических знаний и практических навыков; полученных выпускником в период обучения, при этом она должна быть

преимущественно ориентирована на знания, полученные в процессе освоения дисциплин ОП ВО, подводить итог теоретического и практико-ориентированного обучения выпускника и подтверждать его профессиональные компетенции.

В зависимости от научных интересов выпускника, возможны следующие типы ВКР:

а) прикладная ВКР представляет собой применение конкретной научной методики анализа или описания к ранее не исследованному материалу;

б) комплексная ВКР, как правило, предполагает коллективную разработку специальной комплексной темы, направленной на решение взаимосвязанных проблем в рамках одного объекта исследования.

ВКР должна состоять из текста с приложениями, графиками, таблицами, чертежами, картами, схемами, объемом 80-100 страниц текста, набранного шрифтом 14 через 1,5 интервала.

Расчетно-пояснительная записка ВКР состоит из:

- аннотации, с кратким содержанием работ, выполненных в ВКР;
- введения, в котором раскрывается актуальность и научная значимость темы, определяется объект и предмет исследования, формулируется цель и задачи ВКР;
- общей части, состоящей, как правило, из трех глав.

Первая глава посвящается исследованию теоретических аспектов выбранной темы. В ней на основе изучения литературы, публикаций в периодической печати, систематизации современных исследований рассматриваются причины возникновения, этапы исследования проблем, систематизируются позиции российских и зарубежных ученых.

Вопросы теории должны быть увязаны с практической частью ВКР и служить базой для разработки предложений и рекомендаций.

В данной главе необходимо затрагивать дискуссионные вопросы, излагать свою личную точку зрения, не ограничиваться примитивным переписыванием существующих позиций. Качество ВКР определяется обоснованностью тех аргументов, которые приводит автор для защиты своей точки зрения относительно затрагиваемых понятий, определений, проблем, выводов и суждений.

Вторая глава является аналитической, рассматривающей ту организацию, на примере которой пишется ВКР. Приводится краткая характеристика деятельности объекта исследования.

Производится оценка и анализ практического аспекта (предмета исследования), с учетом специфики выбранной темы за последние 3-5 лет. В этой же главе можно отразить выявленные в аналитической части недостатки и определить наиболее проблемные моменты, требующие их устранения:

- проводится анализ коммуникационной деятельности организации, ее организационно-управленческая структура, кадровый состав, основные итоги деятельности в динамике за три последних года;
- проводится анализ состояния той проблемы, по которой пишется магистерская диссертация;

- раскрываются причины недостатков и несовершенства в деятельности организации по данному направлению.

Материал второй главы базируется на тщательном изучении действующих законодательных и фирменных инструктивных и нормативных материалах, на всестороннем анализе статистического и первично-фактического материала, собранного во время производственной практики. Данные материалы должны быть основой для выводов и предложений в третьей главе.

Третья глава обобщает результаты и выводы всей предыдущей работы выпускника. В этой главе студент должен разработать практические мероприятия для решения поставленных задач и просчитать их эффективность. Обычно в первом параграфе этой главы обосновываются пути их решения. Во втором и, если необходимо, в третьем параграфе разрабатываются конкретные методики и алгоритмы проведения данных мероприятий. Особое внимание здесь необходимо обратить на расчетную часть методик. Недостаточно сказать, что она более эффективна, рациональна и экономична. Студент обязан на расчетах показать эту эффективность и экономическую целесообразность предлагаемых решений.

Аналитическую и завершающую части работы необходимо иллюстрировать таблицами, схемами, диаграммами, рисунками и другими иллюстрационными материалами;

- в заключении необходимо привести сжатые выводы по содержанию каждой главы работы, положительные и отрицательные тенденции в организации работы исследуемого объекта, краткие предложения по совершенствованию его деятельности и оценку произведенного исследования, характеризующую его научную и практическую ценность.

В заключении указывается эффективность принятых решений по ВКР и повышение умений и навыков по ранее изученным дисциплинам и профессиональным модулям;

- список использованных источников (40-50 наименований);
- приложения.
- графическая часть ВКР может состоять из плана объекта; расчетных схем, технологических, функциональных, принципиальных электрических схем, и необходимых графиков.

Содержание ВКР необходимо скорректировать в зависимости от направления подготовки с учетом их специфических особенностей.

4. ПОРЯДОК ВЫПОЛНЕНИЯ ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЫ

4.1. Выбор темы и руководителя выпускной квалификационной работой

ВКР обучающегося – это итоговая работа (проект или исследование) на заданную тему, выполненная автором/коллективом авторов самостоятельно на базе полученных в процессе обучения теоретических знаний и практических

умений и навыков. Подготовка к написанию ВКР начинается с выбора темы и руководителя.

Тематика ВКР разрабатывается выпускающей кафедрой с учетом пожеланий работодателей и интересов обучающихся и соответствует профилю подготовки выпускника. Тематика ВКР ежегодно обновляется в соответствии с развитием науки и техники, соответствует профилю ОП, обеспечивает возможность самостоятельной деятельности обучающегося в процессе подготовки ВКР, имеет практическую направленность, формируется с учетом последовательного планирования тематики учебно-исследовательских (курсовых) работ и научно-исследовательской работы студентов в течение всего периода обучения.

Обучающимся предоставляется право до издания приказа об утверждении темы ВКР предложить свою тему ВКР с необходимым обоснованием целесообразности ее разработки для практического применения в соответствующей области профессиональной деятельности или на конкретном объекте профессиональной деятельности. Предложенная обучающимся (группой обучающихся, выполняющих ВКР совместно) тема обсуждается на заседании выпускающей кафедры при условии согласования с предполагаемым руководителем ВКР и заведующим выпускающей кафедрой и либо утверждается, либо отклоняется.

На основании соответствующего протокола заседания кафедры и заявлений обучающихся деканат факультета (института) в течение месяца с момента ознакомления обучающихся с тематикой ВКР готовит проект приказа о закреплении тем ВКР за обучающимися.

Корректировка темы ВКР в порядке исключения допускается не менее чем за один месяц до установленного календарным учебным графиком срока защиты по личному заявлению студента с согласия руководителя ВКР и заведующего выпускающей кафедрой с изданием соответствующего приказа.

Для подготовки ВКР обучающемуся (нескольким обучающимся, выполняющим ВКР совместно) назначаются из числа работников Университета руководитель ВКР и, при необходимости, консультант (консультанты) по подготовке ВКР.

Руководитель ВКР в течение 10 дней с даты приказа о закреплении тем ВКР оформляет и выдает обучающемуся задание на ВКР, которое разрабатывается с учетом установленных образовательной программой видов и задач профессиональной деятельности и требований к результатам освоения ОП в части сформированности соответствующих.

Руководитель ВКР несет ответственность за:

- своевременную выдачу обучающемуся задания на выполнение ВКР;
- разработку календарного графика и плана выполнения обучающимся ВКР;
- обеспечение методическими указаниями по выполнению ВКР;
- текущее консультирование обучающегося по вопросам, связанным с выполнением ВКР, подготовкой к предварительной и итоговой защите ВКР;
- поэтапный контроль выполнения обучающимся ВКР;

- контроль за самостоятельным выполнением задания обучающимся и размещением текста ВКР в системе «ВКР.Вуз»;
- контроль за соблюдением обучающимся сроков сдачи бумажного и электронного текста ВКР в деканат факультета или на выпускающую кафедру;
- своевременное представление отзыва на работу обучающегося в период подготовки ВКР.

В отзыве на работу обучающегося в период подготовки ВКР руководитель отражает:

- соответствие содержания ВКР выданному заданию;
- уровень, полноту и качество поэтапной разработки обучающимся темы ВКР;
- степень самостоятельности обучающегося в процессе выполнения ВКР;
- умение обрабатывать и анализировать полученные результаты, обобщать, делать научные и практические выводы;
- качество представления результатов и оформления ВКР;
- уровень достижения обучающимся запланированных результатов освоения ОП, сформированность компетенций, необходимых для решения установленных профессиональных задач по видам профессиональной деятельности.

В случае выполнения ВКР несколькими обучающимися руководитель представляет в Университет отзыв об их совместной работе в период подготовки ВКР.

ВКР должна быть выполнена с соблюдением требования о неправомерном заимствовании результатов работ других авторов (плагиат). Требования к уровню оригинальности работы (допустимому объему заимствования) в зависимости от уровня осваиваемой обучающимся ОП.

ВКР магистров подлежат рецензированию.

4.2. Критерии оценки защиты выпускной квалификационной работы

Оценивание ВКР осуществляется в соответствии с критериями оценки достижения обучающимся запланированных результатов обучения. Сформированность компетенций выпускника определяется по уровню и качеству выполнения им отдельных этапов и структурных элементов ВКР согласно выданному заданию. Индикаторы и критерии оценки сформированности компетенций обучающихся по результатам выполнения ВКР устанавливаются фондом оценочных средств осваиваемых ими ОП (Приложение 1).

При выставлении оценки за защиту ВКР члены ГЭК руководствуются следующим критериями – таблицы 2-5.

Таблица 2

Критерии качества ВКР и их оценка	
Оценка	Критерии оценки показателя компетенции

Отлично	<ul style="list-style-type: none"> - соответствие содержания ВКР заданию; - имеется обоснованность и доказательность выводов и предложений; - имеется научное и практическое значение выполненной работы; - оформлена правильно, отсутствуют стилистические и грамматические ошибки; - показано полное владение материалом, использование нормативно-правовых актов, трудов зарубежных и российских ученых, практических данных, научной и справочной литературы, в т.ч. иностранной.
Хорошо	<ul style="list-style-type: none"> - в основном соответствие содержания ВКР; - в основном имеется обоснованность и доказательность выводов и предложений; - в основном имеется научное и практическое значение выполненной работы - оформлена правильно, имеются некоторые существенные стилистические и грамматические ошибки; - в основном показано полное владение материалом, использование нормативно-правовых актов, трудов зарубежных и российских ученых, практических данных, научной и справочной литературы, в т.ч. иностранной.
Удовлетворительно	<ul style="list-style-type: none"> - неполное соответствие содержания ВКР заданию; - частично имеется обоснованность и доказательность выводов и предложений; - частично имеется научное и практическое значение выполненной работы; - оформлена в основном правильно, имеются существенные стилистические и грамматические ошибки, допущены исправления по тексту; - частично показано полное владение материалом, использование нормативно-правовых актов, трудов зарубежных и российских ученых, практических данных, научной и справочной литературы, в т.ч. иностранной.
Неудовлетворительно	<ul style="list-style-type: none"> - не соответствие содержания ВКР заданию; - отсутствует обоснованность и доказательность выводов и предложений; - отсутствует научное и практическое значение выполненной работы; - оформлена небрежно, имеются грубые стилистические и грамматические ошибки;

- не показано владение материалом, использование нормативно-правовых актов, трудов зарубежных и российских ученых, практических данных, научной и справочной литературы, в т.ч. иностранной.

Таблица 3

Критерии качества доклада при защите ВКР и их оценка

Оценка	Критерии оценки показателя
Отлично	компетенции - соответствие содержания доклада содержанию квалификационной работы; - имеется выделение научной и практической ценности выполненной работы; - имеется доказательность выполнения целевой установки на квалификационную работу; - свободное и четкое качество изложения текста доклада.
Хорошо	- в основном соответствие содержания доклада содержанию квалификационной работы; - в основном имеется выделение научной и практической ценности выполненной работы; - в основном имеется доказательность выполнения целевой установки на квалификационную работу; - в основном свободное и четкое качество изложения текста доклада.
Удовлетворительно	- частичное соответствие содержания доклада содержанию квалификационной работы; - частично имеется выделение научной и практической ценности выполненной работы; - частично имеется доказательность выполнения целевой установки на квалификационную работу; - доклад в основном привязан к тексту, изложение не совсем четкое и логичное.
Неудовлетворительно	- не соответствие содержания доклада содержанию квалификационной работы; - нет Выделенной научной и практической ценности выполненной работы; - нет доказательности выполнения целевой установки на квалификационную работу; - низкое качество изложения доклада.

Таблица 4

Критерии ответов на вопросы и их оценка

Оценка	Критерии оценки показателя
--------	----------------------------

Отлично	Ответ полный, правильный, уверенный и четкий
Хорошо	Ответ в основном полный, правильный, и уверенный, однако допущены незначительные погрешности, исправленные после дополнительных вопросов
Удовлетворительно	Ответ неполный, неуверенный, нечеткий, отдельные положения неправильные, однако путем наводящих вопросов в основном достигается необходимая полнота ответа
Неудовлетворительно	Ответ сумбурный, неправильный, содержит существенные, принципиальные ошибки, студент не понимает сущности излагаемого вопроса или не дает ответа на него

Таблица 5

Критерии итоговой оценки защиты ВКР

Итоговая оценка	Итоговые критерии оценки ВКР
Отлично	Не менее чем по двум критериям ответ оценен на «отлично», а по третьему – не ниже чем «хорошо»
Хорошо	Не менее чем по двум критериям ответ оценен на «хорошо», а по третьему – не ниже чем «удовлетворительно»
Удовлетворительно	Не менее чем по трем критериям ответ оценен на «удовлетворительно»
Неудовлетворительно	Не менее чем по двум критериям ответ оценен на «неудовлетворительно»

Оценочные средства, используемые для определения сформированности компетенций обучающихся по результатам защиты ВКР представлены в приложении 1.

Результаты защиты после утверждения протокола ГЭК объявляет председатель ГЭК на открытом заседании в тот же день после окончания защиты всех работ.

Выпускникам, получившим по результатам ГИА оценку «отлично» при наличии в приложении к диплому не менее 75% оценок «отлично» и не имеющим в зачетной книжке оценок «удовлетворительно», выдается диплом с отличием.

Оценочные средства результатов освоения ОП ВО

Код контролируемой компетенции (или ее части) и ее формулировки	Дисциплины и виды учебной работы, формирующие компетенцию	Наименование оценочного средства		
		Текущий контроль	Промежуточная аттестация	Итоговая аттестация
ОК-1 способность к абстрактному мышлению, анализу, синтезу	Методологические проблемы современной науки, Основы научных исследований в профессиональной сфере, Государственный экзамен по направлению подготовки «Реклама и связи с общественностью»	Вопросы для самоконтроля по дисциплине, тестовые задания, контрольные задания, задания для самостоятельной работы	Итоговые зачеты и экзамены по дисциплинам	Качество научного аппарата и теоретико-методологического подхода при подготовке к государственному экзамену
ОК-2 готовность действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения	Технологии рекламы и связей с общественностью в различных сферах, Планирование и реализация кампании по рекламе и связям с общественностью, Управление коммуникационной структурой организации, Государственный экзамен по направлению подготовки «Реклама и связи с общественностью»	Вопросы для самоконтроля по дисциплинам, тестовые задания, контрольные задания, задания для самостоятельной работы	Итоговые зачеты и экзамены по дисциплинам	Изучение опыта действовать в нестандартных ситуациях в области рекламы и связей с общественностью, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения при подготовке к государственному экзамену
ОК-3 готовность к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала	Методологические проблемы современной науки, Основы научных исследований в профессиональной сфере, Психолингвистика, Государственный экзамен по направлению подготовки «Реклама и связи с общественностью»	Вопросы для самоконтроля по дисциплинам, тестовые задания, контрольные задания, задания для самостоятельной работы	Итоговые зачеты и экзамены по дисциплинам	Своевременность и точность выполнения плана подготовки к государственному экзамену
ОК-4 способность к самостоятельному обучению новым методам исследования, к изменению научного и научно-производственного профиля своей профессиональной деятельности	Методологические проблемы современной науки, Основы научных исследований в профессиональной сфере, Выпускная квалификационная работа (магистерская диссертация)	Вопросы для самоконтроля по дисциплинам, тестовые задания, контрольные задания, задания для самостоятельной работы	Итоговые зачеты и экзамен по дисциплинам	Качество научного аппарата и теоретико-методологического обоснования темы выполнения выпускной квалификационной работы, введение, общая часть, исследовательская часть
ОК-5	Иностранный язык, Деловой иностранный	Вопросы для	Итоговые	Использование зарубежных

способность свободно пользоваться иностранными языками как средством делового общения	язык, Государственный экзамен по направлению подготовки «Реклама и связи с общественностью»	самоконтроля по дисциплинам, тестовые задания, контрольные задания, задания для самостоятельной работы	зачеты и экзамен по дисциплинам	литературных источников на иностранных языках при подготовке к государственному экзамену
ОК-6 способность воспринимать различия этнических особенностей, традиций и культур, самостоятельно работать в кросс-культурном пространстве и на международном уровне	Иностранный язык, Этнопсихология, Психолингвистика, Деловой иностранный язык, Выпускная квалификационная работа (магистерская диссертация)	Вопросы для самоконтроля по дисциплинам, тестовые задания, контрольные задания, задания для самостоятельной работы	Итоговые зачеты по дисциплинам	Отзыв руководителя выпускной квалификационной работы, рецензия выпускной квалификационной работы
ОПК-1 способность 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	Технологии рекламы и связей с общественностью в различных сферах, Планирование и реализация кампании по рекламе и связям с общественностью, Управление коммуникационной структурой организации, Выпускная квалификационная работа (магистерская диссертация)	Вопросы для самоконтроля по дисциплинам, тестовые задания, контрольные задания, задания для самостоятельной работы	Итоговые зачеты и экзамены по дисциплинам	Результаты выполнения разделов выпускной квалификационной работы
ОПК-2 способность планировать и осуществлять коммуникационные кампании и мероприятия	Технологии рекламы и связей с общественностью в различных сферах, Планирование и реализация кампании по рекламе и связям с общественностью, Проектирование социальных инноваций, Гипертекст в рекламе и связях с общественностью, История рекламы и связей с общественностью, Выпускная квалификационная работа (магистерская диссертация)	Вопросы для самоконтроля по дисциплинам, тестовые задания, контрольные задания, задания для самостоятельной работы	Итоговые зачет и экзамены по дисциплинам	Результаты выполнения разделов выпускной квалификационной работы
ОПК-3 владение корректной устной и письменной речью в рамках	Иностранный язык, Теория и практика ведения переговорного процесса, Управление конфликтами,	Вопросы для самоконтроля по дисциплинам, тестовые	Итоговые зачеты и экзамены по	Использование российских и зарубежных литературных источников

профессиональной тематики на русском и иностранных языках	Государственный экзамен по направлению подготовки «Реклама и связи с общественностью»	задания, контрольные задания, задания для самостоятельной работы	дисциплинам	на иностранных языках при подготовке к государственному экзамену
ОПК-4 способность вести диалог, переписку, переговоры на иностранном языке в рамках уровня поставленных задач для решения профессиональных вопросов	Иностранный язык, Теория и практика ведения переговорного процесса, Управление конфликтами, Деловой иностранный язык, Выпускная квалификационная работа (магистерская диссертация)	Вопросы для самоконтроля по дисциплинам, тестовые задания, контрольные задания, задания для самостоятельной работы	Итоговые зачеты и экзамены по дисциплинам	Результаты выполнения разделов выпускной квалификационной работы
ОПК-5 владение техниками установления профессиональных контактов и развития профессионального общения, в том числе на иностранных языках	Иностранный язык, Этнопсихология, Деловой иностранный язык, Выпускная квалификационная работа (магистерская диссертация)	Вопросы для самоконтроля по дисциплинам, тестовые задания, контрольные задания, задания для самостоятельной работы	Итоговые зачеты и экзамены по дисциплинам	Результаты выполнения разделов выпускной квалификационной работы
ОПК-6 владение методами делового общения в интернациональной среде, способностью использовать особенности местной деловой культуры зарубежных стран	Иностранный язык, Методологические проблемы современной науки, Этнопсихология, Психолингвистика, Деловой иностранный язык, Выпускная квалификационная работа (магистерская диссертация)	Вопросы для самоконтроля по дисциплинам, тестовые задания, контрольные задания, задания для самостоятельной работы	Итоговые зачеты и экзамены по дисциплинам	Результаты выполнения разделов выпускной квалификационной работы
ОПК-7 способность 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	Методологические проблемы современной науки, Основы научных исследований в профессиональной сфере, Технологии рекламы и связей с общественностью в различных сферах, Государственный экзамен по направлению подготовки «Реклама и связи с общественностью»	Вопросы для самоконтроля по дисциплинам, тестовые задания, контрольные задания, задания для самостоятельной работы	Итоговые зачеты и экзамены по дисциплинам	Использование научной литературы, представленной в электронных библиотеках, баз данных научных и профессиональных источников при подготовке к государственному экзамену
ОПК-8 готовность на практике защитить свои законные права, в том числе права личности, при уважении к соответствующим правам	Управление коммуникационной структурой организации, Этнопсихология, Фандрайзинг, Консьюмеризм, Психолингвистика, Государственный экзамен по направлению	Вопросы для самоконтроля по дисциплинам, тестовые задания, контрольные задания, задания для	Итоговые зачеты и экзамены по дисциплинам	Учет юридической и этической обоснованности методов и приемов в сфере многоэтнических и интернациональных

других в многоэтничном и интернациональном окружении	подготовки «Реклама и связи с общественностью»	самостоятельной работы		социальных инноваций при подготовке к государственному экзамену
ОПК-9 способность нести персональную ответственность за результаты своей профессиональной деятельности	Технологии рекламы и связей с общественностью в различных сферах, Планирование и реализация кампании по рекламе и связям с общественностью, Управление коммуникационной структурой организации, Государственный экзамен по направлению подготовки «Реклама и связи с общественностью»	Вопросы для самоконтроля по дисциплинам, тестовые задания, контрольные задания, задания для самостоятельной работы	Итоговые зачеты и экзамены по дисциплинам	Использование профессионального опыта, полученного при прохождении различных видов практик при подготовке к государственному экзамену
ПК-12 способность определять стратегические цели и руководить проектированием, планированием, подготовкой и реализацией коммуникационных кампаний и мероприятий	Технологии рекламы и связей с общественностью в различных сферах, Планирование и реализация кампании по рекламе и связям с общественностью, Этнопсихология, Социально-гуманитарные инновации, Современная концептология социальных коммуникаций, Современные проблемы коммуникативистики, Проектирование социальных инноваций, Коммуникации в средствах массовой информации, Маркетинг территорий, Маркетинг идей, Гипертекст в рекламе и связях с общественностью, История рекламы и связей с общественностью, Выпускная квалификационная работа (магистерская диссертация)	Вопросы для самоконтроля по дисциплинам, тестовые задания, контрольные задания, задания для самостоятельной работы	Итоговые зачеты и экзамены по дисциплинам	Результаты выполнения разделов выпускной квалификационной работы
ПК-13 способность руководить созданием эффективной коммуникационной инфраструктуры организации	Методологические проблемы современной науки, Основы научных исследований в профессиональной сфере, Управление коммуникационной структурой организации, Корпоративная социальная ответственность, Информационная политика и управление информацией Теория и практика ведения переговорного процесса, Управление конфликтами, Фандрайзинг, Консьюмеризм, Выпускная квалификационная работа (магистерская диссертация)	Вопросы для самоконтроля по дисциплинам, тестовые задания, контрольные задания, задания для самостоятельной работы	Итоговые зачеты и экзамены по дисциплинам	Результаты выполнения разделов выпускной квалификационной работы

