

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Юров Сергей Серафимович

Должность: ректор

Дата подписания: 27.09.2022 11:59:51

Уникальный программный ключ:

3cba11a39f7f7fadc578ee5ed1f72a427b45709d10da529a4b74b874

Автономная некоммерческая организация высшего образования

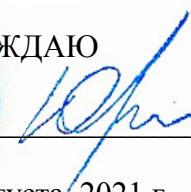
“ИНСТИТУТ БИЗНЕСА И ДИЗАЙНА”

ФАКУЛЬТЕТ УПРАВЛЕНИЯ БИЗНЕСОМ



УТВЕРЖДАЮ

Ректор

 С.С. Юров

«27» августа 2021 г.

ПРОГРАММА ГОСУДАРСТВЕННОЙ ИТОГОВОЙ АТТЕСТАЦИИ

Для направления подготовки:

42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»
(уровень бакалавриата)

Типы задач профессиональной деятельности:

проектный; организационный; авторский; маркетинговый

Направленность (профиль):

Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере

Форма обучения:

очная, очно-заочная, заочная

Москва – 2021

Разработчики:

Зотова Анна Сергеевна - доцент кафедры менеджмента и маркетинга, кандидат филологических наук;

Мальцева Елена Сергеевна - доцент кафедры менеджмента и маркетинга, кандидат экономических наук

«23» августа 2021 г.



/А.С. Зотова /

«23» августа 2021 г.

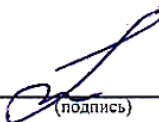

_____ (подпись)

/Е.С. Мальцева /

Программа Государственной итоговой аттестации разработана в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки бакалавриата 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утверждённым приказом Минобрнауки России от 08.06.2017 года № 512

СОГЛАСОВАНО:

Декан ФУБ


_____ (подпись)

/Н.Е. Козырева /

Заведующий кафедрой


_____ (подпись)

/Е.С. Мальцева /

Рассмотрено и одобрено на заседании кафедры менеджмента и маркетинга Протокол № 1 от «25» августа 2021 г.

Программа Государственной итоговой аттестации рассмотрена и одобрена на Ученом совете АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна» Протокол №04-21 от 27.08.2021 г.

1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

Программа Государственной итоговой аттестации составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

В соответствии с Федеральным законом «Об образовании в РФ» от 29 декабря 2012 г. № 273-ФЗ освоение основных профессиональных образовательных программ (далее – ОПОП) высшего образования, в том числе ОПОП по направлению подготовки бакалавров 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», завершается обязательной Государственной итоговой аттестацией выпускников.

Программа Государственной итоговой аттестации (далее–Программа) распространяется на выпускников направления подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», профиль «Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере».

Программа разработана на основе:

- Федерального закон «Об образовании в РФ» от 29 декабря 2012 г. № 273-ФЗ с изменениями и дополнениями;

- Приказа Министерства образования и науки №301 от 05 апреля 2017 г. «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры»;

- Приказа Министерства РФ от 29 июня 2015 г. №636 «Об утверждении Порядка проведения государственной итоговой аттестации по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета и программам магистратуры»;

- Федерального государственного образовательного стандарта по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата), утверждённого приказом Минобрнауки России от 08.06.2017 года № 512;

- Приказа Минобрнауки России «О внесении изменений в Порядок проведения государственной итоговой аттестации по образовательным программам высшего образования программам бакалавриата, программам специалитета и программам магистратуры, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 29 июня 2015 г. № 636», № 86 от 09.02.2016г;

- Приказа Минобрнауки России «О внесении изменений в Порядок проведения государственной итоговой аттестации по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета и программам магистратуры, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 29 июня 2015 г. № 636», № 502 от 28.04.2016 г;

- Основной профессиональной образовательной программой для направления подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», направленность (профиль) «Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере».

- Учебным планом по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», профиль «Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере»;

- Устава АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна»;

- Локальных актов АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна»;

- Профессионального стандарта «Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 4 августа 2014 г. № 535н;

– Профессионального стандарта «Специалист по информационным ресурсам», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 8 сентября 2014 г. № 629н;

Настоящая программа устанавливает минимальные требования к уровню освоения компетенций студентами и определяет содержание и форму отчетности в процессе проведения Государственной итоговой аттестации.

ЦЕЛИ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ИТОГОВОЙ АТТЕСТАЦИИ

Целью Государственной итоговой аттестации является определение уровня соответствия результатов освоения обучающимися основных профессиональных образовательных программ соответствующим требованиям федерального государственного образовательного стандарта высшего образования (далее – ФГОС ВО) по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата), утверждённого приказом Минобрнауки России от 08.06.2017 года № 512 (номер государственной регистрации 47220 от 29.06.2017 г.).

2. ФОРМЫ ПРОВЕДЕНИЯ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ИТОГОВОЙ АТТЕСТАЦИИ

Государственная итоговая аттестация обучающихся проводится в форме защиты **выпускной квалификационной работы**.

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

3. ТРУДОЕМКОСТЬ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ИТОГОВОЙ АТТЕСТАЦИИ

Общая трудоемкость Государственной итоговой аттестации по направлению подготовки бакалавров 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», профиль «Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере» составляет 9 зачетных единиц (ЗЕТ) – 324 часа, которая включает в себя подготовку к процедуре защиты и защиты выпускной квалификационной работы. Сроки проведения Государственной итоговой аттестации определены действующим учебным планом и утвержденным календарным учебным графиком.

Форма обучения	Номер курса	Номер семестра	Объем в зачетных единицах	Продолжительность		
				В неделях	В академических часах	Часы контактной работы / СРС
Очная	4	8	9	6	324	6 / 318
Очно-заочная	5	9	9	6	324	6 / 318
Заочная	5	9	9	6	324	6 / 318

4. МЕСТО ГОСУДАРСТВЕННОЙ ИТОГОВОЙ АТТЕСТАЦИИ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Государственная итоговая аттестация, включает в себя подготовку к процедуре защиты и защиту выпускной квалификационной работы, входит в Блок 3 «Государственная итоговая аттестация», относится к обязательной части программы и завершается присвоением квалификации, указанной в перечне специальностей и направлений подготовки высшего образования, утверждаемом Министерством образования и науки Российской Федерации.

5. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ИТОГОВОЙ АТТЕСТАЦИИ

Государственная итоговая аттестация имеет целью определение степени соответствия уровня подготовленности выпускников требованиям федерального государственного образовательного стандарта по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», профиль «Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере»:

Перечень компетенций, оценка освоения которых проводится в процессе выполнения и защиты ВКР

Категория компетенций	Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Структура индикатора достижения компетенции
Универсальные компетенции			
Системное и критическое мышление	УК-1 Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	УК-1.1 Выполняет поиск необходимой информации, её критический анализ и обобщает результаты анализа для решения поставленной задачи	Знает: способы и методы поиска необходимой информации, её критического анализа и обобщения результатов анализа для решения поставленной задачи Умеет: выполнять поиск необходимой информации, критически ее анализировать и обобщать результаты анализа для решения поставленной задачи Владеет: навыком поиска необходимой информации, её критического анализа и обобщения результатов анализа для решения поставленной задачи
		УК-1.2 Использует системный подход для решения поставленных задач	Знает: системный подход для решения поставленных задач Умеет: применять системный подход для решения поставленных задач Владеет: навыком применения системного подхода для решения поставленных задач
Разработка и реализация проектов	УК-2 Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	УК-2.1 Формулирует в рамках поставленной цели проекта совокупность задач, обеспечивающих ее достижение	Знает: основы целеполагания и принципы достижения целей Умеет: формулировать задачи проекта, отражающие последовательность достижения цели Владеет: способами целеполагания и методами постановки цели проекта и определения соответствующих задач
		УК-2.2 Выбирает оптимальный способ решения задач, учитывая действующие правовые нормы и имеющиеся условия, ресурсы и ограничения	Знает: методологию выбора оптимальных способов решения задач, учитывая действующие правовые нормы и имеющиеся условия, ресурсы и ограничения Умеет: определять круг задач, планировать и выбирать пути их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений Владеет: способами решения конкретных задач в профессиональной деятельности, исходя из действующих норм, имеющихся ресурсов

Командная работа и лидерство	УК-3 Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	УК-3.1 Определяет стратегию сотрудничества для достижения поставленной цели	Знает: формы, виды и функции стратегий сотрудничества для достижения поставленной цели Умеет: определять и устанавливать разные виды коммуникации, используя стратегии сотрудничества Владеет: навыком социального взаимодействия и стратегиями взаимного сотрудничества для достижения поставленной цели
		УК-3.2 Взаимодействует с другими членами команды для достижения поставленной задачи	Знает: способы взаимодействия с другими членами команды для достижения поставленной задачи Умеет: взаимодействовать с другими членами команды для достижения поставленной задачи Владеет: навыком взаимодействия с другими членами команды для достижения поставленной задачи
Коммуникация	УК-4 Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном (-ых) языке (ах)	УК-4.1 Демонстрирует умение вести обмен деловой информацией в устной и письменной формах на государственном языке	Знает: нормы и методы обмена деловой информацией в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации Умеет: находить, воспринимать и использовать информацию на государственном, полученную из печатных и электронных источников для решения стандартных коммуникативных задач; использовать различные формы, виды устной и письменной коммуникации Владеет: технологиями построения деловой коммуникации на государственном языке
		УК-4.2 Демонстрирует умение вести обмен деловой информацией в устной и письменной формах не менее чем на одном иностранном языке	Знает: основы письменной и устной речи на иностранном языке Умеет: находить, воспринимать и использовать информацию на иностранном языке Владеет: технологиями построения деловой коммуникации на иностранном языке
		УК-4.3 Использует современные информационно-коммуникативные средства для коммуникации	Знает: основные информационно-коммуникативные средства, используемые в профессиональной деятельности Умеет: использовать современные средства коммуникации в информационной среде Владеет: информационно-коммуникативными технологиями в профессиональной деятельности
Межкультурное взаимодействие	УК-5 Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	УК-5.1 Анализирует современное состояние общества на основе знания истории	Знает: способы и методы анализа современного состояния общества на основе знаний об этапах и закономерностях его социально-исторического развития Умеет: анализировать современное состояние общества на основе знаний об этапах и закономерностях его социально-исторического развития Владеет: навыком анализа современного состояния общества на основе знаний об этапах и закономерностях его социально-исторического развития

		УК-5.2 Интерпретирует проблемы современности с позиций этики и философских знаний	Знает: философские и этические концепциями различных культурных кластеров Умеет: интерпретировать проблемы современности с учетом многообразия философских и этических концепций Владеет: способами выявления проблем общества, учитывая их философские и этические истоки
		УК-5.3 Демонстрирует понимание общего и особенного в развитии цивилизаций, религиозно-культурных отличий и ценностей локальных цивилизаций	Знает: религиозно-культурные отличия общества, основанные на историческом процессе развития цивилизаций Умеет: вести коммуникацию с представителями иных национальностей и конфессий с учетом межкультурного разнообразия Владеет: способами восприятия межкультурного разнообразия общества и технологиями межкультурной коммуникации
Самоорганизация и саморазвитие (в том числе здоровьесбережение)	УК-6 Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни	УК-6.1 Эффективно планирует собственное время	Знает: способы и методы адекватного оценивания временных ресурсов и ограничений и эффективного планирования собственного времени Умеет: адекватно оценивать временные ресурсы и ограничения и эффективно планировать собственное время Владеет: навыком адекватного оценивания временных ресурсов и ограничений и эффективного планирования собственного времени
		УК-6.2 Планирует траекторию своего профессионального развития и предпринимает шаги по её реализации	Знает: способы и методы планирования траектории своего профессионального развития и предпринимает шаги по её реализации Умеет: планировать траекторию своего профессионального развития и предпринимает шаги по её реализации Владеет: навыком планирования траектории своего профессионального развития и предпринимает шаги по её реализации
Самоорганизация и саморазвитие (в том числе здоровьесбережение)	УК-7 Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности	УК-7.1 Понимает влияние оздоровительных систем физического воспитания на укрепление здоровья, профилактику профессиональных заболеваний	Знает: основы физической культуры и спорта для осознанного выбора физкультурно-спортивных и здоровьесберегающих технологий Умеет: поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности Владеет: методами физического самосовершенствования и технологиями здоровьесбережения для осуществления успешной социальной и профессиональной деятельности
		УК-7.2 Выполняет индивидуально подобранные комплексы оздоровительной или адаптивной физической культуры	Знает: основы проектирования оздоровительных комплексов по физической культуре Умеет: использовать средства и методы физического воспитания для профессионально-личностного развития Владеет: средствами и методами укрепления индивидуального здоровья, физического самосовершенствования
Безопасность жизнедеятельности	УК-8 Способен создавать и поддерживать в	УК-8.1 Применяет теоретические и практические знания и навыки в бытовой и	Знает: теоретические и практические знания и навыки в бытовой и профессиональной сфере для обеспечения безопасных условий жизнедеятельности и сохранения природной среды

	повседневной жизни и профессиональной деятельности безопасные условия жизнедеятельности для сохранения природной среды, обеспечения устойчивого развития общества, в том числе при угрозе и возникновении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов	профессиональной сфере для обеспечения безопасных условий жизнедеятельности и сохранения природной среды	Умеет: применять теоретические и практические знания и навыки в бытовой и профессиональной сфере для обеспечения безопасных условий жизнедеятельности и сохранения природной среды Владеет: навыком применения теоретических и практических знаний и навыков в бытовой и профессиональной сфере для обеспечения безопасных условий жизнедеятельности и сохранения природной среды
		УК-8.2 Осуществляет оперативные действия по предотвращению чрезвычайных ситуаций и/или их последствий, в том числе при угрозе и возникновении военных конфликтов	Знает: основные необходимые оперативные действия по предотвращению чрезвычайных ситуаций и/или их последствий, в том числе при угрозе и возникновении военных конфликтов Умеет: осуществлять оперативные действия по предотвращению чрезвычайных ситуаций и/или их последствий, в том числе при угрозе и возникновении военных конфликтов Владеет: навыком осуществления оперативных действий по предотвращению чрезвычайных ситуаций и/или их последствий, в том числе при угрозе и возникновении военных конфликтов
Экономическая культура, в том числе финансовая грамотность	УК-9 Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности	УК-9.1 Понимает базовые принципы функционирования экономики и экономического развития, цели и формы участия государства в экономике	Знает: базовые принципы функционирования экономики и экономического развития, цели и формы участия государства в экономике Умеет: анализировать и применять в различных областях жизнедеятельности показатели развития национальной экономики и социальной сферы, цели, методы и инструменты государственного воздействия на экономику Владеет: способностью анализировать определять приоритетные направления социально-экономической политики государства
Гражданская позиция	УК-10 Способен формировать нетерпимое отношение к коррупционному поведению	УК-10.1 Демонстрирует знание и правильность применения правовых норм о противодействии коррупционному поведению	Знает: правовые нормы о противодействии коррупционному поведению Умеет: применять правовые нормы о противодействии коррупционному поведению Владеет: навыками применения правовых норм о противодействии коррупционному поведению
		УК-10.2 Демонстрирует способность анализировать причины и условия, способствующие коррупционному поведению	Знает: причины и условия, способствующие коррупционному поведению Умеет: анализировать причины и условия, способствующие коррупционному поведению Владеет: способностью анализировать причины и условия, способствующие коррупционному поведению
Общепрофессиональные компетенции			
Продукт профессиональной деятельности	ОПК-1 Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с	ОПК-1.1 Выявляет отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и	Знает: отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ Умеет: выявлять отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ Владеет: навыком выявления отличительных особенностей медиатекстов, и

	нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	платформ	(или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ
		ОПК-1.2 Осуществляет подготовку текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	Знает: особенности спроса медиатекстов и медиапродуктов, различных медиасегментов и платформ, и их отличительные черты, особенности норм русского и иностранных языков, особенности иных знаковых систем. Умеет: подготавливать тексты рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем Владет: навыком грамотной подготовки и подачи текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем.
Общество и государство	ОПК-2 Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	ОПК-2.1 Знает систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития	Знает: систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития Умеет: применять в процессе осуществления профессиональной деятельности знания о системе общественных и государственных институтов, механизмах их функционирования и тенденции развития Владет: пониманием структуры систем общественных и государственных институтов, механизмов их функционирования и тенденции развития
		ОПК-2.2 Способен учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов	Знает: основные тенденции развития общественных и государственных институтов и необходимость их учета при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов Умеет: учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов Владет: способностью учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов
Культура	ОПК-3 Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или)	ОПК-3.1 Демонстрирует кругозор в сфере отечественного и мирового культурного процесса	Знает: основы истории возникновения, становления и развития рекламы и связей с общественностью Умеет: интерпретировать исторические факты в области рекламных и PR-коммуникаций с социальной, культурной и коммуникационной точек зрения Владет: информацией о формах влияния рекламы и связей с общественностью на развитие общества

	медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	ОПК-3.2 Учитывает достижения отечественной и мировой культуры, а также средства художественной выразительности в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов	Знает: достижения отечественной и мировой культуры, а также средства художественной выразительности и необходимость их учета в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов. Умеет: применять достижения отечественной и мировой культуры, а также средства художественной выразительности в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов. Владеет: навыком применения достижений отечественной и мировой культуры, а также средств художественной выразительности в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов
Аудитория	ОПК-4 Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	ОПК-4.1 Соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп	Знает: запросы и потребности общества и отдельных аудиторных групп с точки зрения психологии массовой коммуникации, их особенности и их информационные ожидания, а так же методы выявления этих ожиданий Умеет: анализировать запросы и потребности общества и отдельных аудиторных групп с точки зрения психологии массовой коммуникации, их особенности и их информационные ожидания, а так же методы выявления этих ожиданий Владеет: навыком анализа запросов и потребностей общества и отдельных аудиторных групп с точки зрения психологии массовой коммуникации, их особенности и их информационные ожидания, а так же методов выявления этих ожиданий
		ОПК-4.2 Использует основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности, учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов	Знает: основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности, учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов Умеет: грамотно использовать основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности, учитывать основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов Владеет: навыками применения инструментария, приемов и технологий поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности, учета основных характеристик целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов

Медиакоммуникационная система	ОПК-5 Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	ОПК-5.1 Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях	Знает: совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях Умеет: применять в профессиональной деятельности совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях Владет: навыком применения в профессиональной деятельности совокупностей политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях
		ОПК-5.2 Осуществляет свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы	Знает: свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы Умеет: осуществлять свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы Владет: навыком осуществления своих профессиональных действий в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы
Технологии	ОПК-6 Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности	ОПК-6.1 Отбирает для осуществления профессиональной деятельности необходимое техническое оборудование и программное обеспечение	Знает: необходимое техническое оборудование и программное обеспечение для осуществления профессиональной деятельности Умеет: отбирать для осуществления профессиональной деятельности необходимое техническое оборудование и программное обеспечение Владет: навыком отбора необходимого технического оборудования и программного обеспечения для осуществления профессиональной деятельности
		ОПК-6.2 Применяет современные цифровые устройства, платформы и программное обеспечение на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов	Знает: технологию применения современных цифровых устройств, платформ и программного обеспечения на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов Умеет: применять современные цифровые устройства, платформы и программное обеспечение на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов Владет: навыком применения современных цифровых устройств, платформ и программного обеспечения на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов
Эффекты	ОПК-7 Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной	ОПК-7.1 Знает цеховые принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия	Знает: типовые эффекты профессиональной деятельности в области рекламы и PR, принципы социальной ответственности Умеет: учитывать социально-психологические последствия рекламы и PR и следовать принципам социальной ответственности в своей профессиональной

	деятельности, следуя принципам социальной ответственности	профессиональной деятельности	деятельности Владет: навыками внедрения принципов социальной ответственности в профессиональную деятельность
		ОПК-7.2 Осуществляет отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом	Знает: методы и способы отбора информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом Умеет: осуществлять отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом Владет: навыками осуществления отбора информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом

Профессиональные компетенции выпускников и индикаторы их достижения

Выпускник, освоивший программу бакалавриата, должен обладать следующими **профессиональными** компетенциями:

Задача ПД	Объект или область знания	Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Структура индикатора достижения компетенции	Основание (ПС, анализ опыта)
Тип задач профессиональной деятельности: организационный					
Организация процесса создания коммуникационного продукта	Текст рекламы и связей с общественностью и (или) иной коммуникационный продукт, передаваемый по различным каналам СМИ и другими медиа, адресованный разным целевым	ПК-1 Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	ПК-1.1 Выполняет функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью	Знает: функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью Умеет: выполнять функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью Владет: навыком выполнения функционала линейного менеджера в рамках текущей	06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации 06.013 Специалист по информационным ресурсам

Задача ПД	Объект или область знания	Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Структура индикатора достижения компетенции	Основание (ПС, анализ опыта)
	группам / группам общественности			деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью	
			ПК-1.2 Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии	Знает: методы и технологии тактического планирования мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии Умеет: осуществлять тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии Владеет: навыком тактического планирования мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии	
			ПК-1.3 Участвует в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры	Знает: технологию организации внутренних коммуникаций и осуществления мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры Умеет: применять в процессе профессиональной деятельности технологии организации внутренних коммуникаций и осуществлять мероприятия по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры Владеет: навыком участия в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры	
Тип задач профессиональной деятельности: авторский					
Осуществление авторской деятельности по созданию текста рекламы / связей с общественностью и (или) иного коммуникационного продукта с	Текст рекламы и связей с общественностью и (или) иной коммуникационный продукт, передаваемый по различным каналам СМИ и другими медиа,	ПК-2 Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и	ПК-2.1 Создает тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта	Знает: технологию и практику создания текстов рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта Умеет: создавать тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта Владеет: навыком создания текстов рекламы и связей с общественностью с учетом специфики	06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации 06.013 Специалист по информационным ресурсам

Задача ПД	Объект или область знания	Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Структура индикатора достижения компетенции	Основание (ПС, анализ опыта)
учетом специфики разных каналов коммуникации	адресованный разным целевым группам / группам общественности	отечественного опыта		каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта	
			ПК-2.2 Создает информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применяет творческие решения с учетом мирового и отечественного опыта	Знает: технологию создания информационных поводов для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью Умеет: создавать информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применять творческие решения с учетом мирового и отечественного опыта Владеет: навыком создания информационных поводов для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применяет творческие решения с учетом мирового и отечественного опыта	
			ПК-2.3 Создает основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании	Знает: теорию и практику создания основ сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании Умеет: создавать основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании Владеет: навыком создания основ сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании	
			ПК-2.4 Применяет инструменты трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в офлайн и онлайн среде	Знает: инструменты трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в офлайн и онлайн среде Умеет: применять инструменты трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в офлайн и онлайн среде Владеет: навыком применения инструментов трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в офлайн и онлайн среде	
Тип задач профессиональной деятельности: маркетинговый					
Продвижение коммуникационного продукта путем	Текст рекламы и связей с общественностью и (или) иной	ПК-3. Способность применять основные	ПК-3.1 Использует основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или)	Знает: основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта Умеет: применять основные маркетинговые	06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции средств

Задача ПД	Объект или область знания	Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Структура индикатора достижения компетенции	Основание (ПС, анализ опыта)
взаимодействия с социальными группами, организациями и персоналом с помощью различных каналов коммуникации	коммуникационный продукт, передаваемый по различным каналам СМИ и другими медиа, адресованный разным целевым группам / группам общественности	технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта	реализации коммуникационного продукта	инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта Владеет: навыками применения основных маркетинговых инструментов при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта	массовой информации 06.013 Специалист по информационным ресурсам
			ПК-3.2 Принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта	Знает: способы организации, выполнения и оценки результатов маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта Умеет: применять способы и методы организации, выполнения и оценки результатов маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта Владеет: навыками организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта	
			ПК-3.3 Осуществляет мониторинг обратной связи с разными целевыми группами	Знает: методику осуществления мониторинга обратной связи с разными целевыми группами Умеет: осуществлять мониторинг обратной связи с разными целевыми группами Владеет: навыком осуществления мониторинга обратной связи с разными целевыми группами	
Тип задач профессиональной деятельности: проектный					
Участие в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью Участие в разработке и	Текст рекламы и связей с общественностью и (или) иной коммуникационный продукт, передаваемый по различным каналам средствами массовой информации и другими медиа,	ПК-4 Способен принимать участие в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью	ПК-4.1 Реализует типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью	Знает: типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью Умеет: реализовывать типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью Владеет: навыком реализации типовых алгоритмов проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью	06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации 06.013 Специалист по информационным ресурсам
			ПК-4.2 Готовит основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с	Знает: основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью Умеет: разрабатывать и применять основные	

Задача ПД	Объект или область знания	Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Структура индикатора достижения компетенции	Основание (ПС, анализ опыта)
реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью	адресованный разным целевым группам/группам общественности		общественностью	документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью Владеет: навыком подготовки основных документов по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью	
			ПК-4.3 Использует результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта	Знает: методику и условия использования результатов исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта Умеет: использовать результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта Владеет: навыком использования результатов исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта	

6. СОДЕРЖАНИЕ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ИТОГОВОЙ АТТЕСТАЦИИ. ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА (ВКР)

6.1. Цели и задачи выпускной квалификационной работы

Выполнение и защита выпускной квалификационной работы бакалавра завершает подготовку выпускника и показывает его готовность к основным видам профессиональной деятельности. Качество работы, уровень защиты перед Государственной экзаменационной комиссией и ее оценка является необходимым условием для присвоения квалификации «Бакалавр» по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» и выдачи диплома о высшем образовании.

Целью выполнения ВКР является систематизация и углубление знаний, умений и практических навыков выпускника, подготовка его к выполнению профессиональных задач в соответствии с требованиями федерального государственного образовательного стандарта высшего образования и основной профессиональной образовательной программы по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

Для реализации указанной цели при выполнении ВКР обучающемуся необходимо решить следующие задачи:

- проявить навыки и способности к правильному пониманию теоретических положений рассматриваемого вопроса по теме исследования;
- умело использовать современные методы исследований в области рекламы и связей с общественностью;
- грамотно предлагать необходимые рекомендации, выполнять различные расчеты и логично излагать свои мысли;
- уметь пользоваться компьютерами и специальными программными продуктами при выполнении соответствующих разделов работы;
- учитывать в своей работе последние достижения науки в области рекламы и связей с общественностью;
- обосновать целесообразность и эффективность предлагаемых решений;
- стремиться к достижению в процессе выполнения работы реальных результатов, которые можно было бы использовать в практической деятельности;
- свободно ориентироваться в специальной и общей научной литературе;
- показать навыки выполнения графических работ и компьютерных презентаций;
- подготовить лаконичный доклад, в котором четко и логично изложить основные результаты проделанной работы.

В процессе выполнения работы студенту предоставляется возможность под руководством опытных специалистов углубить и систематизировать знания, полученные в процессе обучения и творчески применить их в решении конкретных практических задач. Студенты должны активно использовать знания из области экономики, маркетинга, теории и практики связей с общественностью и рекламы, массовых коммуникаций, креативных технологий, и других смежных дисциплин, формирующих его компетенции, как бакалавра, по данному направлению.

Подготовка к выполнению выпускной квалификационной работы (ВКР) начинается с младших курсов, когда студенты, выполняя рефераты по дисциплинам общей подготовки, курсовые и междисциплинарные работы по учебным 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.

Выпускник по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» в своей выпускной квалификационной работе должен показать:

- целостное представление о процессах и явлениях, происходящих в обществе и бизнесе, а также тенденциях развития рекламы и связей с общественностью;
- владеть методами инструментального анализа, необходимыми для выполнения профессиональных функций;
- владеть компьютерными методами сбора, хранения и обработки информации, применяемыми в сфере рекламы и связей с общественностью;
- способность пользоваться профессиональной литературой, в том числе на иностранных языках;
- подготовку к продолжению образования, умение приобретать новые знания, включая использование современных информационных технологий;
- знания основных положений в области коммуникации и социальных наук, способность анализировать значимые проблемы и процессы в системах коммуникаций, использовать методы этих наук в различных видах профессиональной деятельности.

Подготовка выпускной квалификационной работы включает следующие этапы:

- выбор темы, назначение руководителя ВКР;
- оформление задания на ВКР, разработка плана (содержания) работы;
- подбор литературы по теме исследования и ее изучение;
- сбор и анализ материалов, характеризующих состояние вопросов, подлежащих исследованию, в том числе материалов, собранных в период прохождения производственной (преддипломной) практики;
- написание выпускной квалификационной работы;
- представление ВКР своему руководителю;
- представление ВКР для рецензирования;
- проведение предварительной защиты ВКР на выпускающей кафедре;
- устранение замечаний, окончательное оформление работы и сдача ее на выпускающую кафедру для получения отзыва руководителя ВКР;
- подготовка доклада и презентации для защиты ВКР, согласование их с руководителем;
- защита выпускной квалификационной работы перед Государственной экзаменационной комиссией.

6.2. Выбор темы выпускной работы и её утверждение

Студентам предоставляется право выбора темы выпускной квалификационной работы. При выборе темы студент руководствуется примерным перечнем тем выпускных квалификационных работ, утвержденным выпускающей кафедрой. Студент может предложить свою тему бакалаврской работы, если она соответствует направлению подготовки и профилю, по которому он обучался, и согласовать ее непосредственно с заведующим выпускающей кафедры или заместителем декана факультета управления бизнесом по учебно-методической работе.

При выборе темы выпускной квалификационной работы следует исходить также из того, по какой из них студент может наиболее полно собрать материал, широко использовать практику работы предприятий, осветить особенности их деятельности в области рекламы и связей с общественностью. В этой связи, следует учесть место прохождения производственной, профессионально-творческой и преддипломной практики. Как правило, выпускная квалификационная работа выполняется на основе практических материалов предприятия или организации, где студент ранее проходил практику, и в этом случае содержит рекомендации по совершенствованию реальных процессов.

Закрепление за студентом темы выпускной квалификационной работы производится по его личному письменному заявлению на имя декана, согласовывается с заведующим кафедрой, и оформляется приказом ректора.

Списки фамилий студентов, тем выпускных квалификационных работ, фамилий научных руководителей передаются в соответствующие структуры АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна» для согласования и уточнения тем и научных руководителей. После согласования готовится проект приказа об утверждении тем и назначении научных руководителей, который доводится до сведения студента.

Приказ об утверждении тем выпускных квалификационных работ издается не позднее шести месяцев до дня их защиты.

После издания Приказа об утверждении тем выпускных квалификационных работ и научных руководителей каждому студенту выдается задание на выпускную квалификационную работу.

После издания приказа и выдачи задания по выпускной квалификационной работе темы работ изменению не подлежат.

6.3. Структура и содержание выпускной работы

Независимо от темы выпускная квалификационная работа должна содержать следующие обязательные составные части:

1. **Титульный лист** установленного образца.

2. **Задание** на выполнение выпускной квалификационной работы.

Обязательными составными частями задания являются:

- анализ теоретических аспектов темы исследования;
- анализ деятельности организации, по материалам которой выполняется выпускная квалификационная работа;
- формулирование проблемы, стоящей перед рассматриваемой организацией и предложений по ее решению;
- оценка эффективности предлагаемых мероприятий.

3. **Содержание** включает в себя наименования глав и параграфов ВКР. Обязательное требование – дословное повторение в заголовках содержания названий глав и параграфов, представленных в тексте, в той же последовательности и соподчиненности с указанием номеров страниц.

4. **Введение.** Здесь раскрывается актуальность темы выпускной квалификационной работы, указываются объект и предмет исследования, ставятся цель и задачи, определяются теоретические основы, информационное обеспечение (законодательные и нормативно-правовые акты, материалы по исследуемому объекту за период не менее 3 лет), методы исследования. Во введении не следует давать определения, информацию в форме таблиц или рисунков. Все формулировки должны быть краткими, четкими, логически последовательными, с соблюдением принципа субординации цели и задач.

5. **Основная часть работы** состоит из теоретической, аналитической и практической глав, разбитых на параграфы.

Каждая глава должна заканчиваться краткими выводами. Выводы – новые суждения, а, точнее - умозаключения, сделанные на основе анализа теоретического и/или эмпирического материала данной главы.

6. **Заключение** содержит общие итоги выпускной квалификационной работы, перечисляются конкретные результаты, полученные обучающимся, указываются направления использования предложенных им теоретических и практических решений.

7. **Список литературы** включает все источники, на которые есть ссылки в выпускной квалификационной работе. Он должен **содержать не менее 40 позиций**.

8. **Приложение.** В этом разделе, если он необходим, помещаются иллюстративные материалы, схемы, таблицы, результаты расчетов и т.д.

Объем выпускной квалификационной работы, без учета приложений, должен составлять примерно 65-70 страниц.

При написании ВКР следует соблюдать рекомендации к каждой из ее частей.

Во Введении обязательными элементами являются **объект и предмет исследования**.

Объект исследования – это совокупность связей, отношений и свойств, существующая объективно и служащая источником необходимой для исследователя информации.

Объект исследования всегда шире, чем его предмет. Если объект – это область деятельности, то предмет – это изучаемый процесс в рамках объекта исследования. Как правило, объектом ВКР выступает организация, на базе которой осуществляется исследование. Например, объектом исследования ВКР на тему «Совершенствование PR деятельности организации как инструмента развития товарного бренда (на примере ООО «Альт»))» будет организация – ООО «Альт», а предметом – система развития товарного бренда ООО «Альт».

При написании ВКР следует учитывать, что именно **предмет** определяет тему выпускной квалификационной работы.

Для исследования предмета формулируются **цель и задачи исследования**, которые всегда соотносятся между собой как общее и частное.

Целью выпускной квалификационной работы может быть развитие теории или совершенствование практики в области рекламы и (или) связей с общественностью (чаще всего она совпадает с названием работы). Так, например, для темы ВКР тему «Совершенствование PR-деятельности организации как инструмента развития товарного бренда (на примере ООО «Альт»))» целью исследования является: Разработка мероприятий по совершенствованию PR-деятельности в ООО «Альт». Таким образом, цель очень созвучна с названием темы. Для достижения поставленной цели определяются задачи исследования. Задачи представляют собой набор теоретических и практических действий, выполнение которых позволяет получить планируемые результаты. Формулировка задач очень тесно связана с названием параграфов. Каждая задача представляет собой совокупность частных задач (подзадач), составляющих параграфы глав работы. Таким образом, от правильной постановки цели и задач работы зависит вся логическая структура исследования, обоснованность наименования его глав и параграфов.

Например, для достижения вышеназванной цели следует решить следующие задачи:

- раскрыть теоретические основы PR-деятельности организации как инструмента развития товарного бренда
- осуществить анализ PR-деятельности организации в ООО «Альт»;
- выявить проблемы и потенциальные возможности PR-деятельности организации для развития товарного бренда ООО «Альт»;
- разработать рекомендации по совершенствованию PR-деятельности в ООО «Альт»;
- определить социально-экономический эффект от предложенных мероприятий.

Методы исследования – это способы получения достоверных научных знаний, умений, практических навыков и данных в различных сферах жизнедеятельности.

Анализ. Предполагает рассмотрение предмета или явления с учетом его индивидуальных свойств или признаков.

Синтез. Объединяет отдельные элементы (признаки, свойства) в одно целое.

Моделирование. Существующий объект исследования проектируется на определенную модель.

Аналогия. Подчеркивает сходство отдельных предметов по каким-либо качествам.

Индукция. Рассуждение от общего к частному.

Дедукция. Выводы делаются с учетом множества частных свойств предметов.

Обобщение. Рассматривается множество признаков, чтобы сделать общий вывод об явлении или предмете.

Классификация. Предметы или явления делятся на определенные категории по отдельно взятому показателю.

Наблюдение. Основывается на объективном восприятии происходящего с целью получение определенной информации о качествах и свойствах предметов.

Сравнение. Предполагает сравнение определенного числа предметов между собой по отдельно взятому свойству.

Измерение. Основывается на точных расчетах и числовых показателях.

Эксперимент. Заключается в испытании или тестировании изучаемых объектов или явлений в контролируемых или специально созданных условиях.

Выбор методов нужно делать обдуманно и с учетом специфики своей темы. Они согласовываются с задачами и целями, озвученными в работе.

В выпускных квалификационных работах наиболее часто используются методы: теоретического анализа, изучения материалов научных и периодических изданий по проблеме, документального анализа, опроса экспертов, наблюдения.

Рекомендуемый объем введения – 3-5 страниц

В первой главе ВКР раскрываются теоретические и методические основы предмета исследования.

При работе над первой главой изучается учебная литература, монографии, научные публикации по проблеме исследования. Обобщается опыт и методы исследования. Все это необходимо для обоснования выбранной научной концепции (в условиях альтернативных подходов и множественности научных взглядов на проблему), методов исследования, которые будут использоваться в процессе анализа проблемы и выработки рекомендаций во второй и третьей главах ВКР.

В рамках написания данной главы необходимо:

- дать характеристику степени проработанности проблемы в литературных источниках (монографиях, журнальных и газетных статьях, материалах конференций и т.п.), а также уровня её реализации в практике работы организаций;
- определить сущность исследуемой проблемы, обобщить реализации рассматриваемой проблемы в деятельности отечественных и зарубежных организаций (предприятий);
- выделить состав и краткое содержание принципов и методов реализации изучаемой проблемы на практике;
- указать, какое место занимает рассматриваемая проблема в сложившейся системе рекламной и (или) PR-деятельности организации.

По основным теоретическим положениям, необходимо представить дискуссионные вопросы и различные взгляды, точки зрения ученых, научных школ и систем. Для этого следует более подробно освещать различные теории и взгляды, их содержание, обоснование, особенности по изучаемой проблеме.

Если тема выпускной квалификационной работы несет в себе требование анализа, оценки эффективности, разработки процесса, то в теоретической части должны быть изложены методы анализа, методы оценки эффективности, этапы и методики процесса разработки и др.

Одно из главных требований данной главы – наличие конкретных ссылок на библиографические источники.

В первой главе ВКР рассматриваются и излагаются теоретические аспекты исследуемой темы.

Глава должна заканчиваться краткими выводами. Количество выводов может быть разным, однако должно составлять в пределах 3 – 5 пунктов.

Рекомендуемый объем первой главы – 20-22 страницы.

Во второй главе проводится анализ проблемы исследования на конкретной организации по теме ВКР (в нашем примере – это ООО «Альт»)

В этой главе анализируется состояние проблемы на конкретном предприятии. Материалами для анализа могут быть нормативные документы организации (Устав, Положения, инструкции и т.п.), планы работы организации, годовые отчеты, данные о результатах рекламной и (или) PR-деятельности и другая служебная документация.

Сначала даётся краткая характеристика исследуемого объекта, рассматриваются основные показатели его деятельности. Даётся характеристика выпускаемой продукции или оказываемых услуг. Далее проводится анализ деятельности организации в контексте темы исследования.

В процессе анализа рекламной и (или) PR-деятельности исследуемого объекта следует определить место в ней изучаемой проблемы и остановиться на подробном анализе её решения в исследуемой организации. При этом автор работы должен определить методы исследования, из которой должно быть ясно, какие показатели исследуются, каким образом получена информация, каким способом анализируются показатели. В процессе анализа необходимо не столько констатировать факты, сколько выявлять причины происходящих изменений и давать количественную оценку их влияния на состояние и динамику анализируемых показателей. Выявляются факторы, оказывающие как негативное, так и позитивное влияние.

Таким образом, основная задача аналитической части выпускной работы состоит в том, чтобы дать точную характеристику объекта исследования, проанализировать и оценить качество рекламной и (или) PR-деятельности, проанализировать и оценить ее результаты в той узкой области, которая является предметом исследования ВКР. Полученные выводы должны стать основой для разработки рекомендаций в проектной части работы.

При этом необходимо учитывать следующее. Во-первых, приводимые факты и цифровой материал должны быть достоверными (необходимые ссылки на источники информации). Во-вторых, при подборе фактических данных из разных источников для сравнения следует обеспечить их сопоставимость. В-третьих, цифровой материал должен отражать общую направленность и закономерность исследуемого процесса, а не исключения из них.

В конце главы – краткие выводы.

Рекомендуемый объем второй главы – 20-25 страниц.

В третьей главе автор аргументированно излагает предложения по совершенствованию деятельности предприятия, осуществляет оценку их эффективности или результативности

Наиболее важная часть работы с точки зрения практической значимости работы – разработка и обоснование конкретных решений для улучшения рекламной и (или) PR-деятельности и совершенствования функционирования объекта исследования в целом. В частности, намечаются пути использования вскрытых резервов, устранение выявленных недостатков, обосновываются решения, обеспечивающие реализацию целей и задач работы.

Разработка рекомендаций предполагает, что на основании анализа, выявления недостатков и возможностей разрешения проблемы обучающийся приводит достаточно полные и аргументированные предложения и рекомендации.

В данной главе выполняется обоснование эффективности предлагаемых мероприятий, социальные и другие последствия полученных результатов.

В конце главы – краткие выводы.

Рекомендуемый объем главы 3 – до 20 страниц.

Заключение (4-5 страниц текста) должно отражать практическую значимость выполненной работы. Оно включает в себя:

- оценку общего состояния объекта исследования и/или оценку изученности исследуемой проблемы;
- итоги анализа изучаемой проблемы в организации (регионе, отрасли); обобщенные выводы по теме исследования;
- перечень и краткую характеристику предлагаемых мероприятий по устранению недостатков и совершенствованию рекламной и (или) PR-деятельности, а также результаты обоснования эффективности предлагаемых мероприятий.

Допустима нумерация сделанных выводов (предложений, рекомендаций) с указанием их адресатов (кому для реализации адресованы предложения: органам федеральной власти и управления, муниципальным структурам, конкретным предприятиям и др.).

Список литературы

Для выполнения ВКР рекомендуется использовать нормативно-правовые и литературные источники. Работу над источниками следует начинать с изучения законов РФ, учебников, учебных пособий, а также монографий, затем изучаются статьи в научных периодических изданиях. В списке и ссылках должно быть упомянуто не менее 25% источников не старше 3-х лет. Список литературы оформляется в строгом соответствии с требованиями, изложенными в п. 6.4. настоящей программы Государственной итоговой аттестации.

В **приложение** выносятся документы, на которые есть ссылки в ВКР, но они используются без подробного описания и анализа в содержании работы. Как правило, это большие таблицы, содержащие различного рода показатели, нормативные документы организации, обработанные анкеты по результатам социологического опроса, инструкции, методики (иные материалы), разработанные в процессе выполнения работы, иллюстрации вспомогательного характера и т.д.

Приложения подлежат нумерации в той последовательности, в которой их данные используются в выпускной квалификационной работе.

Последний лист ВКР содержит дату предоставления работы на кафедру и подпись обучающегося.

ВКР должна быть выдержана в научном стиле, который **исключает** употребление местоимений от первого лица. В тексте ВКР необходимо применять профессиональную терминологию и лексику и использовать неопределенно-личные предложения (например: «Сначала производят отбор факторов для анализа, а затем устанавливают их влияние на показатель»).

Сокращение слов в тексте не допускается (за исключением общепринятых слов и терминов). Изложение материала должно быть последовательным и логичным. Все главы должны быть связаны между собой. Особое внимание следует обращать на логические переходы от одной главы к другой, от параграфа к параграфу, а внутри параграфа – от вопроса к вопросу.

6.4. Требования к оформлению работы

Содержание выпускной квалификационной работы следует сразу после титульного листа. Выпускная квалификационная работа должна быть набрана на компьютере и распечатана в соответствии со следующими требованиями:

- шрифт Times New Roman;
- размер шрифта - 14 pt;
- межстрочный интервал - 1,5;
- поля: слева - 3 см, справа – не более 1,5 см, сверху и снизу - 2 см;
- абзацный отступ – 1,25 см
- выравнивание текста - «по ширине».

Каждую новую главу ВКР следует начинать с новой страницы. Нумерация страниц текста должна быть сквозной, первой страницей является титульный лист, второй - содержание. На первой странице номер не ставится. На последующих страницах номер проставляется арабскими цифрами внизу, справа. Заключение и список использованной литературы также начинаются с отдельной страницы.

Перенос текста в названии темы выпускной квалификационной работы не допускается. Точка в конце не ставится. Название темы берется в кавычки, далее в скобках пишется объект исследования (на примере....).

Задание на ВКР является вторым листом ВКР. Номер страницы не проставляется. Оформляется на бланке установленной формы.

Содержание является третьим листом ВКР с нумерацией страницы - 2. Содержание работы включает введение, название глав, параграфы к каждой из глав, заключение, список литературы и приложения с указанием страниц.

Заголовки содержания должны точно повторять заголовки в тексте. Содержание должно помещаться на одной странице.

Названия отдельных глав должны согласовываться с темой ВКР, а названия параграфов должны согласовываться с названиями соответствующих глав, а также должны быть краткими, состоять из ключевых слов, несущих основную смысловую нагрузку.

В работе используется сквозная нумерация страниц, **включая список литературы.**

Все иллюстрации (диаграммы, схемы, гистограммы, фотографии) обозначаются словом «Рис.». Нумерация рисунков и таблиц осуществляется последовательно в рамках ВКР.

Заголовок таблицы помещается после слова «Таблица» над соответствующей таблицей с выравниванием «по левому краю» и начинается с прописной буквы. Подчеркивать заголовки не следует. Абзацный отступ не применяется. Точка в конце заголовка не ставится. Таблицу рекомендуется помещать после первого упоминания о ней в тексте. Названия верхней строки таблицы должны находиться на одной странице с таблицей. При переносе части таблицы на следующую страницу необходимо указать «Продолжение Таблицы (номер таблицы)» с выравниванием по правой стороне. Шрифт текста в таблице допускается уменьшить до Times New Roman - 12 pt, одинарный интервал.

Образец оформления таблиц

Таблица 1. Основные цели коммуникационных стратегий

Цель	Содержание
Конвенциональная	Четкое позиционирование товара, формирование восприятия бренда целевой аудиторией, разработка коммерческого предложения в соответствии с профилем и потребностями целевой аудитории.
Конфликтная	Содействие устранению разногласий между товаром, брендом и целевой аудиторией, нейтрализация негатива
Манипуляционная	Управление сознанием потребителей с целью повышения приверженности и лояльности клиентов товарам определенного бренда.

Заголовок рисунка помещается сразу после слова «Рис.» под соответствующим рисунком с выравниванием «по левому краю» и начинается с прописной буквы. Абзацный отступ не применяется.

Образец оформления рисунков



Рис.1. Пример расположения рекламного щита

Если рисунок заимствован из учебника, монографии или научной статьи, то есть не является авторским, то ссылка на источник обязательна. В данном случае в квадратных скобках указан номер из списка литературы, под которым стоит название источника, и номер страницы, где приведен рисунок.



Рис. 2. Стратегические инициативы компании [8, с.12]

Оформление списка литературы и ссылок в тексте ВКР

Библиографический список (раздел в конце текста под названием «Список литературы») включает в себя литературные, статистические и другие источники, материалы из которых использовались при написании работы. Он состоит из таких литературных источников, как монографическая литература, периодическая литература (статьи из журналов и газет), докторские и кандидатские диссертации и их авторефераты, законодательные и инструктивные материалы, статистические сборники, а также другие отчетные и учетные материалы, web-сайты.

Используемые источники располагаются в следующем порядке **с использованием сквозной нумерации**:

- нормативные правовые акты (в порядке значимости),
- научная и учебная литература (в алфавитном порядке по фамилии первых авторов или заглавий изданий (если автор не указан);

- источники на иностранных языках (указывается в латинском алфавите и размещается после перечня литературы на русском языке);
- ресурсы Интернет.

Ссылки на используемую литературу

В выпускной квалификационной работе необходимо делать ссылки на использованную литературу и источники. При написании текста работы используется затекстовая ссылка. Она размещается в конце цитируемого или излагаемого материала другого автора, оформляется в квадратных скобках. Первая цифра указывает на порядковый номер издания в списке литературы, вторая цифра на номер страницы (или их диапазон), например: [23, с.50], [23, с.50-53].

Общие правила цитирования

Текст цитаты заключается в кавычки и приводится в той грамматической форме, в какой он дан в источнике, с сохранением особенностей авторского написания. Цитирование должно быть полным, без произвольного сокращения цитируемого фрагмента и без искажения смысла. Пропуск второстепенных слов, не влияющих на смысл, обозначается многоточием. Не следует злоупотреблять цитатами. Оптимальное количество цитат в тексте – не более двух на странице. Каждая цитата должна сопровождаться ссылкой на источник, откуда она была позаимствована.

Примеры оформления списка литературы

Оформление нормативно-правовых актов

1. Гражданский Кодекс Российской Федерации (часть первая) Федеральный закон принят 30.11.1994 года № 51 - ФЗ (ред. от 30.12.2015) // Российская газета. - №2 от 12.01.2016.

Оформление книг

одного, двух или трех авторов:

1. Синяева И.М. Маркетинг торговли: учебник / И.М. Синяева, С.В. Земляк, В.В. Синяев; под ред. Л.П. Дашкова. – 4-е изд. – Москва: Дашков и К°, 2015. – 750с.
2. Чернопяттов А.М. Маркетинг: учебник: / А.М. Чернопяттов. – 2-е изд., стер. – Москва; Берлин: Директ-Медиа, 2019. – 439 с.

более трех, авторов:

1. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности: учебник / В.Т. Гришина, Л.А. Дробышева, Т.Л. Дашкова [и др.]; под ред. Ю.В. Морозова, В.Т. Гришиной. – 9-е изд. – Москва: Дашков и К, 2018. – 446 с.

При оформлении **электронной книги**, пользуются теми же правилами что и для оформления книг, но с указанием **режима доступа, ссылкой на источник и датой обращения**.

1. Фомичев А.Н. Стратегический менеджмент: учебник для вузов / А.Н. Фомичев. – Москва: Дашков и К, 2018. – 468 с.: ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=496068> (дата обращения: 16.01.2019). – Текст: электронный.

Оформление статей из журналов / газет

1. Варламова Т.П. Ипотечное кредитование в России: история и современное состояние / Т.П. Варламова // Поволжский торгово-экономический журнал. - 2014. - № 5 (39). - С. 42-50.

Оформление электронных источников (ресурсов).

1. Федеральная служба государственной статистики: Официальный сайт [Электронный ресурс] / Федеральная служба государственной статистики. - 1995-2019. - URL: <http://www.gks.ru> (дата обращения: 16.02.2019).

Оформление перечислений

Перечисления могут приводиться внутри пунктов, подпунктов. Следует ставить маркер перед каждой позицией перечня в виде тире. Дальнейшая детализация перечислений подразумевает использование арабских цифр, следом за которыми ставится скобка. В работе могут быть приведены перечисления, которые выделяются абзачным отступом.

В нумерованном списке после номера ставится точка. Текст после точки печатается с заглавной буквы. В конце строки ставится точка.

1. Здания.
2. Сооружения.
3. Машины.

Для дальнейшей детализации используют маркер в виде точки или тире:

1. Здания:
 - одноэтажные;
 - многоэтажные.

В маркированном списке каждая строка начинается со строчной буквы, в конце строки ставится точка с запятой. В последней строке ставится точка.

Пример:

- здания;
- сооружения;
- машины;
- оборудование.

Для дальнейшей детализации перечисления используют арабские цифры, после которых ставят скобку, приводя их со смещением вправо на два знака относительно перечислений.

Пример:

- макроэкономические риски:
 - 1) риск инфляционных ожиданий;
 - 2) риск изменения процентной ставки.

Важно помнить, что текст всех имеющихся элементов перечисления обязан грамматически подчиняться основной вводной фразе, предшествующей перечислению.

Оформление приложений

Приложение – заключительная часть работы, которая имеет дополнительное, обычно справочное значение, но является необходимой для более полного освещения темы. Приложения представляют собой целый раздел, в который включаются автором работы дополнительные наглядные материалы, считающиеся своеобразным продолжением работы.

Приложения к выпускной квалификационной работе могут включать первичный исследовательский материал: анкеты, статистические данные, формы договоров, копии конкретных соглашений, исполнительных документов, расчеты, таблицы и другие вспомогательные материалы, на которые есть ссылки в тексте работы. Их наличие и качество свидетельствуют о глубине проработки материала по избранной теме, а также являются подтверждением обоснованности выводов и предложений.

Ссылки на приложения в тексте самой работы совпадают с последовательностью написания приложений, их нумерацией. То есть, указание на какое из приложений появилось в работе первым, то приложение и будет возглавлять раздел приложений, а вторым станет то приложение, указание на которое в авторской работе было вторым. Приложения подлежат нумерации в той последовательности, в которой их данные используются в работе (1,2,3,...).

Каждое приложение должно начинаться с новой страницы. Слово «Приложение», с указанием соответствующей нумерации, располагается в правом верхнем углу с выравниванием «по правому краю». Точка после номера приложения не ставится. Приложение должно иметь заголовок, который пишется с прописной буквы и отдельной строкой по центру.

Нумерация страниц приложений не производится. Количество страниц в приложениях не входит в общий объем страниц выпускной квалификационной работы.

6.5. Научное руководство подготовкой ВКР

Для обеспечения методического и научного сопровождения написания выпускной работы каждому студенту назначается научный руководитель.

Студент информирует научного руководителя о ходе подготовки выпускной квалификационной работы и консультируется по возникающим вопросам.

Соответственно, студенту не следует рассчитывать, что руководитель будет исправлять в работе теоретические, методические, стилистические и другие ошибки. В ходе выполнения работы научный руководитель скорее является оппонентом, который указывает студенту на ошибки аргументации или недостатки изложения и только рекомендует, как их лучше устранить.

Научный руководитель консультирует в выборе темы, рассматривает и корректирует план работы и дает рекомендации по списку литературы.

Законченная выпускная квалификационная работа, подписанная студентом, представляется научному руководителю, не позднее, чем за 5 дней до защиты.

Научный руководитель подписывает выпускную квалификационную работу и составляет письменный отзыв (Приложение 4), в котором характеризует качество работы, отмечает положительные стороны, если необходимо отмечает недостатки, не устраненные

выпускником, мотивирует возможность или нецелесообразность представления работы в ГЭК. При этом руководитель не выставляет оценку работы, а только рекомендует или не рекомендует ее к защите.

6.6. Рецензирование выпускной квалификационной работы

К работе должны быть приложены:

- отзыв научного руководителя (Приложение 4);
- рецензия на выпускную квалификационную работу (Приложение 5).

Отзыв научного руководителя и рецензия на выпускную квалификационную работу не подписываются, а прилагаются в отдельных файлах. Научный руководитель рекомендует выпускную квалификационную работу к защите, а рецензент оценивает ее по пятибалльной системе.

В качестве рецензентов могут привлекаться специалисты государственных органов, сферы бизнеса, производства и НИИ, а также профессора и преподаватели других вузов.

Во внешней рецензии должна быть указана должность рецензента, ученая степень и (или) звание (при наличии), подпись рецензента скрепляется печатью организации.

В рецензии должно быть отмечено значение изучения данной темы, ее актуальность, насколько успешно выпускник справился с рассмотрением теоретических и практических вопросов, дается развернутая характеристика каждого раздела выпускной квалификационной работы с выделением положительных сторон и недостатков.

В заключении рецензент излагает свою точку зрения об общем уровне выпускной квалификационной работы и выставляет оценку, которая выносится на рассмотрение ГЭК. Объем рецензии должен составлять 1-2 страницы печатного текста.

Подписанная рецензия представляется в ГЭК вместе с выпускной квалификационной работой и с отзывом научного руководителя.

Если содержание выпускной квалификационной работы не соответствует установленным требованиям, научный руководитель вправе не допустить студента к предзащите ВКР на кафедре.

6.7. Требования к проведению проверки выпускной квалификационной работы на объем заимствований

Проверку ВКР на объем заимствований осуществляет обучающийся (автор ВКР) на сайте <http://www.antiplagiat.ru>, используя общедоступные возможности системы «Антиплагиат». Руководитель ВКР в целях контроля также осуществляет проверку ВКР на сайте <http://www.antiplagiat.ru>, используя общедоступные возможности системы «Антиплагиат», распечатывает и подписывает справку об объеме заимствований.

Минимальное пороговое значение оригинальности текста ВКР для ОПОП ВО направления подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» профиль «Реклама и связи с общественностью» составляет 70%. Бакалаврские работы, имеющие пороговое значение оригинальности текста менее 70 %, не подлежат допуску к защите и аттестации.

6.8. Документы, представляемые на защиту студентом

Студентом предоставляются на защиту следующие документы:

1. Полностью оформленная выпускная квалификационная работа, содержащая:

- титульный лист, подписанный студентом, научным руководителем и рецензентом (первый лист, вшивается, Приложение 1);

- заполненный бланк задания по выпускной квалификационной работе (второй лист, вшивается, Приложение 2);
- текст выпускной квалификационной работы с содержанием и списком использованной литературы;
- приложения (если предусмотрены содержанием работы);
- подписанный последний лист (вшивается, Приложение 3);
- 2. Отзыв руководителя (прикладывается) (Приложение 4).
- 3. Рецензия (прикладывается) (Приложение 5).
- 4. Отчет о проверке ВКР на объем заимствований, подписанный руководителем ВКР (прикладывается).

6.9. Процедура защиты выпускной квалификационной работы

Защита выпускной квалификационной работы происходит перед Государственной экзаменационной комиссией (ГЭК). Задачей ГЭК является определение уровня теоретической подготовки студента, его готовности к профессиональной деятельности и принятие решения о возможности выдачи ему диплома о соответствующей квалификации.

Выпускник вправе защищать выпускную квалификационную работу и в случае полученной им отрицательной рецензии.

К защите выпускной работы выпускник должен подготовить:

1. Доклад на 10 минут, в котором необходимо четко изложить основные положения выпускной квалификационной работы.

2. Презентацию доклада (10-12 слайдов), которая должна включать титульный слайд и основную часть.

На титульном слайде презентации отражается следующая информация:

- тема выпускной работы;
- основные данные (Ф.И.О. студента, Ф.И.О. научного руководителя, название института).

В основной части презентации излагается актуальность темы, рассматриваемые проблемы, цель, задачи, объект исследования, характеристика предприятия и основные аналитические показатели, а также рекомендации по результатам проведенного исследования. При необходимости в презентацию возможно включать таблицы и рисунки. Презентация должна быть выполнена в читаемом при отображении на экране формате.

Объем и структурирование информации на слайде:

1. Текст презентации не должен служить конспектом для докладчика.
2. Текст в презентации должен быть свернут до ключевых слов и фраз. Полные развернутые предложения допускаются только при необходимости цитирования.
3. В таблицах не должно быть более 5 строк и 5 столбцов.
4. Гистограммы не должны включать более 4 категорий, а организационные диаграммы – более 5 элементов.
5. Информация, которая плохо воспринимается на слух (даты, имена, новые термины, понятия) может быть представлена на слайдах.
6. При графическом представлении информации должны использоваться адекватные средства визуализации (графики, диаграммы, иллюстрации, таблицы).
7. Средства динамического представления информации должны использоваться в исключительных случаях.
8. Информация на слайдах должна хорошо читаться.

9. При цветовом оформлении презентации необходимо брать за основу образец презентации для ВКР студента АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна», которую можно получить в деканате факультете управления бизнесом.

Готовая презентация должна быть представлена техническому сотруднику, обеспечивающему процесс сопровождения, **не позднее, чем за 2 дня до защиты ВКР.**

Студент, при необходимости, также может подготовить раздаточный материал для председателя и каждого из членов ГЭК.

Доклад является важной составляющей успешной защиты. В нем отражается то, что сделано лично выпускником, чем он руководствовался при исследовании темы, и каковы вытекающие из исследования основные выводы. Более конкретно его содержание определяется студентом совместно с научным руководителем. Доклад может быть подготовлен письменно, но выступать на защите следует свободно, по возможности, не зачитывая текст.

По окончании доклада выпускнику задают вопросы члены комиссии. После ответов выпускника зачитывается отзыв научного руководителя и рецензия на выпускную квалификационную работу.

Далее, на закрытом заседании ГЭК, выставляется оценка по итогам защиты работы. При вынесении оценки учитывается качество доклада, презентации, полнота и аргументированность ответов выпускника на вопросы председателя и членов ГЭК, отзыв научного руководителя и полученная рецензия на ВКР.

Оценивается работа по 4-х балльной системе (отлично, хорошо, удовлетворительно, неудовлетворительно).

Оценка объявляется студентам после окончания защиты всех работ.

7. КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ РЕЗУЛЬТАТОВ ЗАЩИТЫ ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЫ

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.

При выставлении оценки ВКР учитываются следующие показатели:

- уровень научности доклада, степень освещенности в нем вопросов темы исследования, значение сделанных выводов и предложений для организации;
- использование специальной научной литературы, нормативных актов, материалов преддипломной 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 бакалавра, так и в процессе её защиты;
- чёткость и аргументированность ответов студента на вопросы, заданные ему в процессе защиты;
- оценки руководителя в отзыве и рецензента.

Результаты защиты выпускной квалификационной работы оцениваются по 4-х балльной шкале: «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно». Критерии оценки результатов защиты выпускной квалификационной работы описаны в **фонде оценочных средств Государственной итоговой аттестации.**

Оценки объявляются в день защиты выпускной квалификационной работы бакалавра после оформления, в установленном порядке, протокола заседания Государственной экзаменационной комиссии.

В том случае, когда защита выпускной квалификационной работы бакалавра признаётся неудовлетворительной, ГЭК устанавливает, может ли студент-выпускник представить к вторичной защите ту же работу с соответствующей доработкой, определяемой комиссией, или же студенту-выпускнику необходимо разработать новую тему, которая должна быть определена кафедрой после первой защиты выпускной квалификационной работы.

Выпускник, не прошедший в течение установленного срока всех аттестационных испытаний, входящих в состав Государственной итоговой аттестации, отчисляется из института и получает справку о периоде обучения.

Выпускникам, не проходившим аттестационных испытаний по уважительной причине, ректором института может быть продлён срок прохождения государственных итоговых аттестационных испытаний до окончания работы действующей ГЭК, но, не более одного года.

После защиты экземпляр выпускной квалификационной работы бакалавра передаётся в деканат, а далее по описи в архив.

Тема выпускной квалификационной работы бакалавра и её оценка заносятся в зачётную книжку и в приложение к диплому, которое выдаётся выпускнику вместе с дипломом об окончании института.

Наиболее интересные в теоретическом и практическом отношении ВКР могут быть рекомендованы к опубликованию в печати, а также представлены к участию в конкурсе научных работ. Авторы таких работ могут быть рекомендованы к зачислению в магистратуру.

8. ПОРЯДОК ПОДАЧИ И РАССМОТРЕНИЯ АПЕЛЛЯЦИИ

По результатам защиты ВКР обучающийся имеет право на апелляцию. Для проведения апелляций создается апелляционная комиссия. Состав апелляционной комиссии утверждается приказом ректора по представлению декана факультета. Председателем апелляционной комиссии является ректор. В состав апелляционной комиссии входят председатель указанной комиссии и не менее 3 членов указанной комиссии. Состав апелляционной комиссии формируется из числа лиц, относящихся к профессорско-преподавательскому составу организации и не входящих в состав экзаменационных комиссий.

Решения комиссий принимаются простым большинством голосов членов комиссий, участвующих в заседании. При равном числе голосов председательствующий обладает правом решающего голоса. Решения, принятые комиссиями, оформляются протоколами.

Студент имеет право подать в апелляционную комиссию письменную апелляцию о нарушении, по его мнению, установленной процедуры проведения аттестационного испытания и (или) несогласии с результатами аттестационного испытания. Апелляция подается лично обучающимся в апелляционную комиссию не позднее следующего рабочего дня после объявления результатов аттестационного испытания.

Апелляция рассматривается не позднее 2 рабочих дней со дня подачи апелляции на заседании апелляционной комиссии, на которое приглашаются председатель экзаменационной комиссии и студент, подавший апелляцию.

Решение апелляционной комиссии доводится до сведения студента, подавшего апелляцию, в течение 3 рабочих дней со дня заседания апелляционной комиссии. Факт ознакомления студента, подавшего апелляцию, с решением апелляционной комиссии удостоверяется его личной подписью.

При рассмотрении апелляции о нарушении порядка проведения аттестационного испытания апелляционная комиссия принимает одно из следующих решений:

- об отклонении апелляции, если изложенные в ней сведения о нарушениях процедуры проведения Государственной итоговой аттестации студента не подтвердились и (или) не повлияли на результат аттестационного испытания;

- об удовлетворении апелляции, если изложенные в ней сведения о допущенных нарушениях процедуры проведения Государственной итоговой аттестации студента подтвердились и повлияли на результат аттестационного испытания.

В случае, если изложенные сведения о допущенных нарушениях процедуры проведения Государственной итоговой аттестации студента подтвердились и повлияли на результат аттестационного испытания, результат проведения аттестационного испытания подлежит аннулированию, в связи с чем протокол о рассмотрении апелляции не позднее следующего рабочего дня передается в Государственную экзаменационную комиссию для реализации решения апелляционной комиссии. Студенту предоставляется возможность пройти Государственное аттестационное испытание в сроки, установленные деканом факультета.

ОБРАЗЕЦ ОФОРМЛЕНИЯ ТИТУЛЬНОГО ЛИСТА



Автономная некоммерческая организация высшего образования
"ИНСТИТУТ БИЗНЕСА И ДИЗАЙНА"

**ФАКУЛЬТЕТ УПРАВЛЕНИЯ БИЗНЕСОМ
КАФЕДРА МЕНЕДЖМЕНТА И МАРКЕТИНГА**

Допущена к защите «___» _____ 20__ г.

Зав. кафедрой менеджмента и маркетинга,

кандидат экономических наук, доцент

_____ Е. С. Мальцева

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА

на тему:

**«Совершенствование PR деятельности организации как инструмента развития
товарного бренда (на примере ООО «Альт»)**

Направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль) «Реклама и связи с общественностью в коммерческой
сфере»

Выполнил:

студент 4 курса очной формы обучения
Перова Ирина Игоревна

«___» _____ 20__ г.

Руководитель:

канд. эконом. наук, доцент Сидоров Игорь
Сергеевич

«___» _____ 20__ г.

Москва 20__



Автономная некоммерческая организация высшего образования
"ИНСТИТУТ БИЗНЕСА И ДИЗАЙНА"

**ЗАДАНИЕ
НА ВЫПУСКНУЮ КВАЛИФИКАЦИОННУЮ РАБОТУ**

(фамилия, имя, отчество)

1. Тема работы _____

2. Срок предоставления готовой работы _____

3. Руководитель ВКР _____

4. Содержание работы _____

Руководитель ВКР _____ /Сидоров И.С./ «_____» _____ 20__ г.

Задание принято _____ /Перова И.И./ «_____» _____ 20__ г.

Последний лист ВКР

Выпускная квалификационная работа выполнена мной самостоятельно.
Все использованные в работе материалы из опубликованной научной литературы и других источников имеют соответствующие ссылки на них.

«_____» _____ 20____ г.

_____/_____
(подпись студента) (ФИО)



Автономная некоммерческая организация высшего образования
"ИНСТИТУТ БИЗНЕСА И ДИЗАЙНА"

Факультет управления бизнесом

Направление подготовки 42.03.01 РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

Направленность (профиль) «Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере»

Выпускающая кафедра «Кафедра менеджмента и маркетинга»

ОТЗЫВ

о выпускной квалификационной работе на тему:

Студента 4 курса очной формы обучения

(Ф.И.О.)

Руководитель выпускной квалификационной работы:

(Ф.И.О., должность, ученая степень, звание)

АКТУАЛЬНОСТЬ ТЕМЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

ОЦЕНКА СОДЕРЖАНИЯ РАБОТЫ

**СТЕПЕНЬ ДОСТИЖЕНИЯ ЦЕЛИ ИССЛЕДОВАНИЯ И ЕГО ПРАКТИЧЕСКАЯ
ЗНАЧИМОСТЬ**

НЕДОСТАТКИ, ОТМЕЧЕННЫЕ В РАБОТЕ

ЗАКЛЮЧЕНИЕ ПО ПРЕДСТАВЛЕННОЙ РАБОТЕ

Представленная работа

*рекомендуется /
не рекомендуется*

к защите в ГЭК Института
бизнеса и дизайна

(подпись)

« ____ » _____ 20 ____ г.

РЕЦЕНЗИЯ

на выпускную квалификационную работу на тему:

студента _____ курса _____ формы обучения

(Ф.И.О.)

Направление подготовки 42.03.01 РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

Направленность (профиль) «Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере»

СОДЕРЖАНИЕ РЕЦЕНЗИИ

Актуальность темы:

Теоретическая и практическая значимость результатов исследования:

Выводы и рекомендации:

Рекомендуемая оценка рецензента: _____

Рецензент:

(Ф.И.О., должность, место работы, ученая степень, звание)

(подпись)

« _____ » _____ 20 ____ г.

М.П.

Продолжение рецензии печатается на обратной стороне листа