Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»

ИНСТИТУТ ОТРАСЛЕВОГО МЕНЕДЖМЕНТА

Факультет рыночных технологий

Кафедра маркетинга и рекламы

УТВЕРЖДЕНА
Кафедрой маркетинга и рекламы
Протокол от «28» июня 2022 г.
№ 5

ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА

42.03.01 Реклама и PR

ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ИТОГОВОЙ АТТЕСТАЦИИ

Направление подготовки - 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Форма обучения - очная

Год набора - 2023

Москва, 2022 г.

Документ подписан электронной подписью
Дата и время подписания: 26.05.2023 18:28
Сертификат: 75E17EFD8AD7E9ECDEAD0CDFD0671FEC
Владелец: Назаров Максим Николаевич
Действителен с 28.07.2022 по 21.10.2023

Автор–составитель:

директор программы Факультета рыночных технологий, канд. пед. наук В.В. Корешков

СОДЕРЖАНИЕ

1. Перечень компетенций, которыми должны овладеть обучающиеся в результате освоения образовательной программы
2. Ключевые индикаторы сформированности компетенций
3. Оценочные материалы, необходимые для оценки результатов освоения образовательной программы
4. Методические материалы

1. Перечень компетенций, уровень владения которыми должен подтвердить обучающийся в результате освоения образовательной программы

1.1. При защите выпускной квалификационной работы

Код компетенции	Наименование компетенции
УНИВЕРСАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ (УК/УК ОС)	
УК ОС-1	Способен применять критический анализ информации и системный подход для решения задач обоснования собственной гражданской и мировоззренческой позиции
УК ОС-2	Способен разработать проект на основе оценки ресурсов и ограничений
УК ОС-3	Способен вести себя в соответствии с требованиями ролевой позиции в командной работе
УК ОС-4	Способен осуществлять коммуникацию, в том числе деловую, в устной и письменной формах на государственном и иностранном(ых) языках
УК ОС-5	Способен проявлять толерантность в условиях межкультурного разнообразия общества в социально-историческом и философском контекстах, соблюдать нормы этики и использовать дефектологические знания в социальной и профессиональной сферах
УК ОС-6	Способен выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни
УК ОС-7	Способен поддерживать уровень физического здоровья, достаточного для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности
УК ОС-8	Способен создавать и поддерживать безопасные условия жизнедеятельности, в том числе при возникновении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов
УК ОС-9	Способен использовать основы экономических знаний для принятия экономически обоснованных решений в различных сферах деятельности
УК ОС-10	Способен демонстрировать и формировать нетерпимое отношение к коррупционному поведению
УК ОС-11	Способен идентифицировать проявления экстремизма и участвовать в принятии профилактических мер, направленных на предупреждении экстремисткой, в том числе террористической деятельности
ОБЩЕПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ (ОПК/ОПК ОС)	
ОПК-1	Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем
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-3	Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов
ОПК-4	Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности
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-6	Способен использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии

ОПК-7	Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности
САМОСТОЯТЕЛЬНО УСТАНОВЛЕННЫЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ (ПКС)	
ПКс-1	Способен организовывать маркетинговые исследования
ПКс-2	Способен разрабатывать маркетинговые стратегии для продукции СМИ
ПКс-3	Способен организовывать мероприятия, способствующие увеличению продаж продукции СМИ
ПКс-4	Способен контролировать и проводить оценку эффективности результатов продвижения продукции СМИ
ПКс-5	Способен организовывать работу по созданию и редактированию контента
ПКс-6	Способен управлять информацией из различных источников

1.2. При сдаче государственного экзамена

Код компетенции	Наименование компетенции
УНИВЕРСАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ (УК/УК ОС)	
УК ОС-1	Способен применять критический анализ информации и системный подход для решения задач обоснования собственной гражданской и мировоззренческой позиции
УК ОС-2	Способен разработать проект на основе оценки ресурсов и ограничений
УК ОС-3	Способен вести себя в соответствии с требованиями ролевой позиции в командной работе
УК ОС-4	Способен осуществлять коммуникацию, в том числе деловую, в устной и письменной формах на государственном и иностранном(ых) языках
УК ОС-5	Способен проявлять толерантность в условиях межкультурного разнообразия общества в социально-историческом и философском контекстах, соблюдать нормы этики и использовать дефектологические знания в социальной и профессиональной сферах
УК ОС-6	Способен выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни
УК ОС-7	Способен поддерживать уровень физического здоровья, достаточного для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности
УК ОС-8	Способен создавать и поддерживать безопасные условия жизнедеятельности, в том числе при возникновении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов
УК ОС-9	Способен использовать основы экономических знаний для принятия экономически обоснованных решений в различных сферах деятельности
УК ОС-10	Способен демонстрировать и формировать нетерпимое отношение к коррупционному поведению
УК ОС-11	Способен идентифицировать проявления экстремизма и участвовать в принятии профилактических мер, направленных на предупреждении экстремисткой, в том числе террористической деятельности
ОБЩЕПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ (ОПК/ОПК ОС)	
ОПК-1	Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем
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-3	Способен использовать многообразие достижений отечественной и

	мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов
ОПК-4	Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности
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-6	Способен использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии
ОПК-7	Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности
САМОСТОЯТЕЛЬНО УСТАНОВЛЕННЫЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ (ПКС)	
ПКс-1	Способен организовывать маркетинговые исследования
ПКс-2	Способен разрабатывать маркетинговые стратегии для продукции СМИ
ПКс-3	Способен организовывать мероприятия, способствующие увеличению продаж продукции СМИ
ПКс-4	Способен контролировать и проводить оценку эффективности результатов продвижения продукции СМИ
ПКс-5	Способен организовывать работу по созданию и редактированию контента
ПКс-6	Способен управлять информацией из различных источников

Перечень ПК подтверждает готовность выпускника выполнять обобщённые трудовые и трудовые функции, на которые ориентирована образовательная программа.

2. Ключевые индикаторы сформированности компетенций

2.1. Выпускная квалификационная работа

Код компетенции	Наименование компетенции	Ключевой индикатор
УК ОС-1	Способен применять критический анализ информации и системный подход для решения задач обоснования собственной гражданской и мировоззренческой позиции	Формулирует собственную гражданскую и мировоззренческую позицию с опорой на системный анализ философских взглядов и исторических закономерностей, явлений и событий Систематизирует информацию, полученную в целях решения поставленной задачи по результатам самостоятельного поиска по широкому кругу источников
УК ОС-2	Способен разработать проект на основе оценки ресурсов и ограничений	Представляет и защищает самостоятельно разработанный проект любого типа, исходя из действующих правовых норм и с обоснованием ресурсов и ограничений при его разработке и реализации
УК ОС-3	Способен вести себя в соответствии с требованиями ролевой позиции в командной работе	Обосновывает адекватность распределения ролей в рамках выполнения командной задачи и собственную ролевую позицию
УК ОС-4	Способен осуществлять	Соблюдает требования к языку и

	коммуникацию, в том числе деловую, в устной и письменной формах на государственном и иностранном(ых) языках	форме общения, в том числе делового, в зависимости от коммуникативной задачи, решаемой на русском или иностранном языке
УК ОС-5	Способен проявлять толерантность в условиях межкультурного разнообразия общества в социально-историческом и философском контекстах, соблюдать нормы этики и использовать дефектологические знания в социальной и профессиональной сферах	Проявляет гибкость и корректность при взаимодействии с учетом этнических, религиозных, гендерных, возрастных отличий и психофизиологических особенностей. Демонстрирует знание психофизических особенностей развития лиц с психическими и (или) физическими недостатками для выстраивания своего поведения в социальной и профессиональной сфере
УК ОС-6	Способен выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни	Обосновывает траекторию личностного и профессионального роста, основываясь на методах самоменеджмента и самоорганизации (под поставленную задачу)
УК ОС-7	Способен поддерживать уровень физического здоровья, достаточного для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности	На основе самодиагностики физического состояния отбирает и реализует методы поддерживания физического здоровья
УК ОС-8	Способен создавать и поддерживать безопасные условия жизнедеятельности, в том числе при возникновении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов	Демонстрирует знание основных алгоритмов поведения в целях предотвращения угроз безопасности жизнедеятельности для сохранения природной среды, обеспечения устойчивого развития общества, в том числе при угрозе и возникновении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов
УК ОС-9	Способен использовать основы экономических знаний для принятия экономически обоснованных решений в различных сферах деятельности	Приводит экономическое обоснование принимаемых решений в различных сферах деятельности
УК ОС-10	Способен демонстрировать и формировать нетерпимое отношение к коррупционному поведению	Юридически грамотно квалифицирует действие/бездействие как коррупционное и определяет меры, направленные на противодействие коррупционному поведению
УК ОС-11	Способен идентифицировать проявления экстремизма и участвовать в принятии профилактических мер, направленных на предупреждении экстремисткой, в том числе террористической деятельности	Определяет причины и условия, способствующие осуществлению экстремисткой деятельности, в том числе террористической, и предлагает меры, направленные на их профилактику
ОПК-1	Способен создавать востребованные обществом и	Подготавливает контент для публикации медиа, владеет методами

	индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	структурирования информации, текстов на русском и (или) иностранном языках
ОПК-2	Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	Осуществляет самостоятельный поиск и выбор событий, явлений, как материала для публикаций, выделяет специфику и особенности темы, верно определяет основную сюжетную линию освещаемой темы
ОПК-3	Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	Ориентируется в реалиях российского и зарубежного медиарынков, владеет основными (базовыми) принципами разработки концепции медиапроекта (в том числе моделирования и дизайна), методами ее анализа и коррекции, выстраивает алгоритмы работы с учетом современных практик
ОПК-4	Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	Отбирает темы публикаций в соответствии с параметрами целевых аудиторий, релевантных профессиональной деятельности, выстраивает коммуникацию с авторами в рамках осуществления профессиональной деятельности в современных СМИ
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	Проводит анализ ситуации, управленческих решений, актуальность тем для материалов с учетом специфики различных видов печатных изданий, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования самостоятельно взаимодействует с участниками коммуникационного процесса
ОПК-6	Способен использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии	Использует программы ИКТ для редактирования и вёрстки информации, самостоятельно проводит фото-, видео-, аудиодокументирование освещаемого события, участвует в работе съемочной группы
ОПК-7	Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности	Проводит анализ социологических и маркетинговых исследований с учетом правовых норм и учетом общественного мнения
ПКс-1	Способен организовывать маркетинговые исследования	Подбирает организации, осуществляющие маркетинговые

		исследования, проводящие социологические опросы, предоставляет информацию и оказывает иные услуги, необходимые для анализа ситуации на рынке
ПКс-2	Способен разрабатывать маркетинговые стратегии для продукции СМИ	Разрабатывает концепцию продвижения продукции СМИ, формирует коммуникационные цели и маркетинговые стратегии
ПКс-3	Способен организовывать мероприятия, способствующие увеличению продаж продукции СМИ	Организует проекты, направленные на повышение узнаваемости продукции СМИ, включая благотворительные мероприятия
ПКс-4	Способен контролировать и проводить оценку эффективности результатов продвижения продукции СМИ	Анализирует эффективность продвижения продукции СМИ
ПКс-5	Способен организовывать работу по созданию и редактированию контента	Координирует работу по созданию и редактированию контента
ПКс-6	Способен управлять информацией из различных источников	Передает информационные материалы, замечания, исправления между специалистами по информационным ресурсам и другими сотрудниками

2.2. Государственный экзамен

Код компетенции	Наименование компетенции	Ключевой индикатор
УК ОС-1	Способен применять критический анализ информации и системный подход для решения задач обоснования собственной гражданской и мировоззренческой позиции	Формулирует собственную гражданскую и мировоззренческую позицию с опорой на системный анализ философских взглядов и исторических закономерностей, явлений и событий Систематизирует информацию, полученную в целях решения поставленной задачи по результатам самостоятельного поиска по широкому кругу источников
УК ОС-2	Способен разработать проект на основе оценки ресурсов и ограничений	Представляет и защищает самостоятельно разработанный проект любого типа, исходя из действующих правовых норм и с обоснованием ресурсов и ограничений при его разработке и реализации
УК ОС-3	Способен вести себя в соответствии с требованиями ролевой позиции в командной работе	Обосновывает адекватность распределения ролей в рамках выполнения командной задачи и собственную ролевую позицию
УК ОС-4	Способен осуществлять коммуникацию, в том числе деловую, в устной и письменной формах на государственном и	Соблюдает требования к языку и форме общения, в том числе делового, в зависимости от коммуникативной задачи, решаемой

	иностранном(ых) языках	на русском или иностранном языке
УК ОС-5	Способен проявлять толерантность в условиях межкультурного разнообразия общества в социально-историческом и философском контекстах, соблюдать нормы этики и использовать дефектологические знания в социальной и профессиональной сферах	Проявляет гибкость и корректность при взаимодействии с учетом этнических, религиозных, гендерных, возрастных отличий и психофизиологических особенностей. Демонстрирует знание психофизических особенностей развития лиц с психическими и (или) физическими недостатками для выстраивания своего поведения в социальной и профессиональной сфере
УК ОС-6	Способен выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни	Обосновывает траекторию личностного и профессионального роста, основываясь на методах самоменеджмента и самоорганизации (под поставленную задачу)
УК ОС-7	Способен поддерживать уровень физического здоровья, достаточного для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности	На основе самодиагностики физического состояния отбирает и реализует методы поддерживания физического здоровья
УК ОС-8	Способен создавать и поддерживать безопасные условия жизнедеятельности, в том числе при возникновении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов	Демонстрирует знание основных алгоритмов поведения в целях предотвращения угроз безопасности жизнедеятельности для сохранения природной среды, обеспечения устойчивого развития общества, в том числе при угрозе и возникновении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов
УК ОС-9	Способен использовать основы экономических знаний для принятия экономически обоснованных решений в различных сферах деятельности	Приводит экономическое обоснование принимаемых решений в различных сферах деятельности
УК ОС-10	Способен демонстрировать и формировать нетерпимое отношение к коррупционному поведению	Юридически грамотно квалифицирует действие/бездействие как коррупционное и определяет меры, направленные на противодействие коррупционному поведению
УК ОС-11	Способен идентифицировать проявления экстремизма и участвовать в принятии профилактических мер, направленных на предупреждении экстремисткой, в том числе террористической деятельности	Определяет причины и условия, способствующие осуществлению экстремисткой деятельности, в том числе террористической, и предлагает меры, направленные на их профилактику
ОПК-1	Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в	Подготавливает контент для публикации медиа, владеет методами структурирования информации, текстов на русском и (или) иностранном языках

	соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	
ОПК-2	Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	Осуществляет самостоятельный поиск и выбор событий, явлений, как материала для публикаций, выделяет специфику и особенности темы, верно определяет основную сюжетную линию освещаемой темы
ОПК-3	Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	Ориентируется в реалиях российского и зарубежного медиарынков, владеет основными (базовыми) принципами разработки концепции медиапроекта (в том числе моделирования и дизайна), методами ее анализа и коррекции, выстраивает алгоритмы работы с учетом современных практик
ОПК-4	Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	Отбирает темы публикаций в соответствии с параметрами целевых аудиторий, релевантных профессиональной деятельности, выстраивает коммуникацию с авторами в рамках осуществления профессиональной деятельности в современных СМИ
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	Проводит анализ ситуации, управленческих решений, актуальность тем для материалов с учетом специфики различных видов печатных изданий, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования самостоятельно взаимодействует с участниками коммуникационного процесса
ОПК-6	Способен использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии	Использует программы ИКТ для редактирования и вёрстки информации, самостоятельно проводит фото-, видео-, аудиодокументирование освещаемого события, участвует в работе съемочной группы
ОПК-7	Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности	Проводит анализ социологических и маркетинговых исследований с учетом правовых норм и учетом общественного мнения
ПКс-1	Способен организовывать маркетинговые исследования	Подбирает организации, осуществляющие маркетинговые исследования, проводящие социологические опросы, предоставляет информацию и

		оказывает иные услуги, необходимые для анализа ситуации на рынке
ПКс-2	Способен разрабатывать маркетинговые стратегии для продукции СМИ	Разрабатывает концепцию продвижения продукции СМИ, формирует коммуникационные цели и маркетинговые стратегии
ПКс-3	Способен организовывать мероприятия, способствующие увеличению продаж продукции СМИ	Организует проекты, направленные на повышение узнаваемости продукции СМИ, включая благотворительные мероприятия
ПКс-4	Способен контролировать и проводить оценку эффективности результатов продвижения продукции СМИ	Анализирует эффективность продвижения продукции СМИ
ПКс-5	Способен организовывать работу по созданию и редактированию контента	Координирует работу по созданию и редактированию контента
ПКс-6	Способен управлять информацией из различных источников	Передает информационные материалы, замечания, исправления между специалистами по информационным ресурсам и другими сотрудниками

3. Оценочные материалы, необходимые для оценки результатов освоения образовательной программы

3.1. Общая характеристика выпускной квалификационной работы

Выпускная квалификационная работа бакалавра представляет собой законченную разработку, в которой анализируется одна из теоретических либо практических проблем. Квалификационная работа должна отразить умения студента самостоятельно разработать избранную тему и сформулировать соответствующие рекомендации.

Основными целями выполнения и защиты выпускных квалификационных работ являются:

- углубление, систематизация и интеграция теоретических знаний и практических навыков по направлению подготовки высшего образования;
- развитие умения критически оценивать и обобщать теоретические положения;
- применение полученных знаний при решении прикладных задач по направлению подготовки;
- стимулирование развития навыков самостоятельной аналитической работы;
- овладение современными методами проведения научных исследований;
- выяснение подготовленности студентов к практической деятельности в условиях рыночной экономики;
- закрепление навыков презентации результатов работы, участия в публичной дискуссии, защиты научных идей, предложений и рекомендаций.

Подготовка ВКР начинается с выбора студентом предварительной темы работы и согласования ее с научным руководителем. Тематика работ с указанием научных руководителей подготавливается и утверждается кафедрой. Возможно выполнение работы по самостоятельно выбранной студентом теме с обоснованием целесообразности её разработки.

Перечень рекомендуемых тем ВКР

1. Рекламные стратегии в системе коммуникаций международных компаний на российском рынке (на примере различных сфер деятельности).

2. Механизм разработки интегрированных маркетинговых коммуникаций предприятия сферы услуг (пример на выбор).
3. Организационно-методическое обеспечение рекламной деятельности для предприятий различных отраслей и сфер деятельности.
4. Совершенствование креативных стратегий и повышение эффективности управления вниманием целевых аудиторий.
5. Образование в области рекламы в современной России и за рубежом: сравнительный анализ и перспективы развития.
6. Совершенствование механизма государственного регулирования рекламной деятельности предприятий в условиях меняющейся рыночной экономики.
7. Актуальные технологии создания и продвижения медиа контента.
8. Развитие методов управления брендом на примере предприятий различных отраслей и сфер деятельности (пример на выбор).
9. Стратегическое планирование рекламной деятельности для предприятий различных сфер деятельности.
10. Стратегия продвижения продукции предприятия на основе использования инновационных рекламных технологий (пример на выбор).
11. Цифровые технологии и управление контентом в современных медиа.
12. Исследование и сравнение мировых медиа систем.

3.2. Перечень вопросов государственного экзамена

1. Понятие «рекламное агентство». Виды рекламных агентств. Примеры международных рекламных сетей.
2. Методы измерения отношения потребителей. Шкала Осгуда. Шкала Лайкерта.
3. Пресс-релиз: правила написания.
4. Понятие суммарного рейтинга и методы его определения. Взаимосвязь параметров Rating, Share и HUT.
5. Рынок рекламы и его участники.
6. Линейные и нелинейные модели коммуникации. Модель Г. Лассуэлла.
7. Цели и основные элементы PR-кампаний.
8. Основные носители рекламных сообщений, их характеристика.
9. Рекламное агентство: определение, структура рекламного агентства полного цикла, основные функции.
10. Барьеры в коммуникации. Роль восприятия в процессе коммуникации.
11. Основные параметры медиа-плана и их оптимизация.
12. Система продажи с ценообразование рекламы на телевидении.
13. Медиа-системы России.
14. Преимущества и недостатки наличия собственного отдела по связям с общественностью и работы с PR-агентством.
15. Наружная реклама, основные виды.
16. Реклама ООН и её типология.
17. Понятие целевой аудитории и её характеристики.
18. Особенности европейской рекламы.
19. Оценка эффективности рекламы в Интернет.
20. Виды коммуникации и критерии их различия.
21. Понятие «связи с общественностью», основные приемы и средства PR.
22. Продакт плейсмент и киномерчандайзинг.
23. Законы Гештальт-психологии и восприятие рекламной коммуникации.
24. Взаимосвязь показателей эффективности размещения рекламы Cover, Frequency и OTS. Что означает запись Cover % 5+. Вычисление нормированного индекса Affinity, понятие TGI.
25. Ценообразование рекламы в прессе.

26. Правовое регулирование рекламной деятельности в России. Закон «О рекламе».
27. Пользователи сети Интернет. Основные категории пользователей Интернет. Основные этапы развития сети Интернет.
28. Принципы гармоничной композиции рекламного сообщения.
29. Новейшие приемы цифровых коммуникаций.
30. Плюсы и минусы контекстной рекламы.
31. Основные рекламные фестивали и конкурсы.
32. Прямой маркетинг: определение, основные виды.
33. Выставочная деятельность.
34. Использование сегментационного анализа для определения целевой аудитории коммуникативной кампании.
35. Определение понятия «бренд» и «торговая марка», их различие. Понятие «марочного капитала».
36. Стоимостные показатели медиаплана CPT и CPP, их определение. Показатели эффективности рекламы в Интернете.
37. Критерии выбора носителей рекламного сообщения.
38. Роль света, цвета и формы в восприятии рекламы.
39. Спонсорство: определение, основные виды.
40. Модель массовой коммуникации.
41. Концепция интегрированных маркетинговых коммуникаций.
42. Личные продажи: определение, основные виды.
43. Средства маркетинговых коммуникаций, их краткая характеристика.
44. Планирование рекламной кампании.
45. Факторы, влияющие на поведение потребителей. Модель «стимул-реакция».
46. Цели и основные этапы рекламных кампаний.
47. Методы оценки эффективности рекламной кампании.
48. Стимулирование сбыта. Целевая аудитория. Основные методы. Достоинства и недостатки методов стимулирования сбыта.
49. Саморегулирование в рекламе. Понятие «саморегулирования», органы саморегулирования в России.
50. Реклама в маркетинговой деятельности предприятия. Определение рекламы, основные виды рекламы.
51. Спонсорские акции.
52. Организация и проведение пресс-конференций и брифингов.
53. Содержание рекламного сообщения.
54. Определение понятия и этапы разработки медиа-плана.
55. Стоимостные показатели медиаплана CPT и CPP, их определение. Показатели эффективности рекламы в Интернете.
56. Понятие коммуникации: цели, функции, средства. Коммуникация как пространство и процесс. Уровни коммуникации. Понятие дискурса.
57. Комплексный Интернет-маркетинг. Определение Интернет-рекламы. Виды Интернет-рекламы.
58. Определение веб-сайта. Характеристики. Классификация. Стоимость изготовления сайта и устройство.
59. Особенности потребительского поведения при продвижении нового продукта (инноваций или новых товаров на рынке).
60. Реклама как средство психологического воздействия.
61. Текст и иллюстрации в рекламном сообщении.
62. Предмет и объект социологии массовой коммуникации.
63. Текст как один из элементов создания рекламного продукта.
64. Нестандартные маркетинговые коммуникации.

65. Рекламные сувениры как средство популяризации организаций, использующих их в своей рекламной деятельности.
66. Прямая почтовая реклама как средство рекламной деятельности.
67. Внешняя реклама магазина. Визуальная ценность внешней рекламы магазина. Технологии конструирования внешней рекламы магазина.
68. Рынок цифровых коммуникаций в России и в мире.
69. Современное состояние рынка средств распространения рекламы.
70. Международный кодекс рекламной деятельности.
71. Особенности японской рекламы.
72. Понятие рекламного бюджета и его определение.
73. Определение понятия «аудиобрендинг» и основные области применения элементов аудиобрендинга.
74. Понятие «ребрендинга», примеры ребрендинга.
75. Социальные исследования и исследовательские компании в рекламной деятельности,
76. QR-коды: определение, примеры использования.

4. Методические материалы

Требования к объему, структуре и оформлению выпускной квалификационной работы

После согласования с научным руководителем на кафедру подается заявление на написание ВКР. Заявление необходимо подать не позднее срока, заранее установленного кафедрой. Заявление пишется на имя заведующего кафедрой и должно содержать подписи студента и научного руководителя.

Согласование тем выпускных работ с научным руководителем производится не позднее, чем за две недели до начала производственной практики.

ВКР должна иметь четкую структуру. В работе выделяются главы и параграфы, соответствующие цели и логике работы. Содержание работы должно продемонстрировать практические навыки студента (в том числе навыки постановки и решения аналитических, исследовательских задач).

Структура работы выглядит следующим образом:

- титульный лист;
- содержание;
- введение;
- основная часть;
- заключение;
- список литературы;
- приложения.

Содержание отражает структуру работы с указанием номеров страниц.

Во Введении на 2-3 страницах обосновывается актуальность выбранной темы, формируется цель и задачи работы, определяется объект и предмет исследования. Также во введении приводится структура работы и краткая характеристика ее основных разделов и основных информационных источников.

Основная часть работы содержит главы и параграфы. Разделы работы должны быть взаимосвязаны. Каждая глава заканчивается выводами, позволяющими перейти к изложению следующей главы ВКР.

Первая глава отражает основные теоретические подходы, существующие в рамках рассматриваемой проблематики. В ней приводятся различные точки зрения по обсуждаемым вопросам. Автор работы анализирует мнения известных в данной области специалистов и обосновывает свою позицию. В данной части работы студент должен показать умения критически подходить к рассмотрению проблемы, вытекающей из целей

и задач работы, обобщать, анализировать и систематизировать собранный материал, раскрывать проблемы рассматриваемого предмета исследования.

Основные теоретические положения и выводы желательно иллюстрировать цифровыми данными и материалами из статистических справочников, монографий, журнальных статей и других источников.

Материалы первой главы являются основой для будущего анализа и обоснования рекомендаций.

Вторая глава, как правило, включает анализ рассматриваемой проблемы. В зависимости от целей работы она может включать описание основных характеристик рассматриваемого объекта исследования (например, отрасли, фирмы, подразделения фирмы и т.п.), а также анализ проблемной ситуации.

Содержание третьей главы также зависит от темы и цели работы. Глава должна включать рекомендации автора, позволяющие решить поставленные задачи. Эти рекомендации могут быть связаны как с обоснованием предлагаемой программы действий, так и с разработкой методики проведения исследований и/или проведения самого исследования. В данном разделе следует обосновать экономическую целесообразность предлагаемых автором мероприятий. Автор должен суметь весьма точно сформулировать, каким образом он видит возможность получения экономического эффекта, в каких величинах, и на основании каких данных он может выполнить эту оценку. Все представленные авторами расчеты предлагаемых мероприятий должны быть логически обоснованы. Экономический эффект от внедрения рассчитывается после работы студента - выпускника на предприятии, и должен быт подтвержден документально**.**

В Заключении приводятся обобщенные выводы и рекомендации автора по всей работе.

В Списке литературы должны быть представлены все источники, использованные при выполнении работы.

В Приложение выносятся дополнительные материалы, имеющие, как правило, справочное или вспомогательное значение, включение которых в работу является, на взгляд автора, целесообразным для более полного раскрытия темы. Это могут быть отчетные материалы фирмы, копии документов, анкеты, и т.п.

Рекомендуемый объём выпускной квалификационной работы - не более 60 страниц печатного текста без приложений.

К рукописи прилагается аннотация объёмом 1-2 страницы машинописного текста, в которой должны быть отражены основные положения, выносимые на защиту.

Также необходимо предоставить электронную версию ВКР на диске.

ВКР печатается на стандартных листах бумаги формата А4. Поля: левое – 35 мм, правое – 10-15 мм, верхнее и нижнее – 20-25 мм. Шрифт Times New Roman размером 14, межстрочный интервал 1,5. Введение, каждая глава, заключение, список литературы и приложения должны начинаться с новой страницы.

Каждый раздел в тексте должен иметь заголовок в точном соответствии с названиями разделов в Содержании работы.

Страницы выпускной квалификационной работы с рисунками и приложениями должны иметь сквозную нумерацию. Номера страниц располагают внизу в центре страницы. Первой страницей является титульный лист, на котором номер страницы не проставляется.

- ***Правила написания буквенных аббревиатур***

В тексте выпускной квалификационной работы можно использовать только общепринятые сокращения и условные обозначения. При этом первое упоминание таких

аббревиатур указывается в круглых скобках после полного наименования, в дальнейшем они употребляются в тексте без расшифровки.

- ***Правила оформления таблиц, рисунков, графиков, формул***

Таблицы и рисунки должны иметь названия и порядковую нумерацию (например, табл. 1, рис. 3).

Нумерация таблиц и рисунков должна быть сквозной для всего текста выпускной квалификационной работы. Порядковый номер таблицы проставляется в правом верхнем углу над ее названием. В каждой таблице следует указывать единицы измерения показателей и период времени, к которому относятся данные. Если единица измерения в таблице является общей для всех числовых табличных данных, то ее приводят в заголовке таблицы после ее названия.

Порядковый номер рисунка и его название проставляются под рисунком. При построении графиков по осям координат вводятся соответствующие показатели, буквенные обозначения которых выносятся на концы координатных осей, фиксируемые стрелками. При необходимости вдоль координатных осей делаются поясняющие надписи.

Формулы, на которые имеются ссылки в работе, следует нумеровать. Порядковые номера формул обозначают арабскими цифрами в круглых скобках.

- ***Правила оформления списка литературы***

При использовании в работе материалов, заимствованных из литературных источников, цитировании различных авторов, необходимо делать соответствующие ссылки, а в конце работы помещать список использованной литературы. Эти ссылки могут быть сделаны в виде сносок в нижней части страницы (с указанием автора, названия работы, издательства, года издания и номера страницы, где находится данная информация), или в квадратных скобках сразу же после цитирования (с указанием номера источника в списке литературы и, номера страницы, где находится данная информация), например, [1, с.123]. Не только цитаты, но и произвольное изложение заимствованных из литературы принципиальных положений включаются в выпускную квалификационную работу со ссылкой на источник.

Студент несет ответственность за точность данных, а также за объективность изложения мыслей других авторов.

Использование в ВКР чужого текста, опубликованного в бумажном или электронном виде, без полной ссылки на источник или со ссылками, но когда объем и характер заимствования ставят под сомнение самостоятельность выполненной работы или одного из ее основных разделов, относится к нарушению академических норм – плагиату. При обнаружении нарушений академических норм преподаватель обязан поставить студенту оценку «неудовлетворительно». К защите принимаются выпускные работы с допустимым объемом заимствования не более 30%. Справка об антиплагиате входит в комплект документов, предоставляемых на предзащиту.

Список использованной литературы и других источников составляется в следующей последовательности:

1. Законы, постановления Правительства и Государственной думы,
2. Нормативные акты, инструктивные материалы, официальные источники,
3. Учебники и монографии,
4. Периодические издания,
5. Ссылки на Интернет ресурсы.

Необходимо указывать все основные реквизиты изданий. Для книг это - фамилия и инициалы автора, название книги, место издания, название издательства, год и число страниц. Для статей, опубликованных в периодической печати, следует указывать наименование издания, год, номер, а также занимаемые страницы.

Литературные источники должны быть расположены в алфавитном порядке по фамилиям авторов. Сначала перечисляются источники на русском языке, затем - на иностранном.

- ***Правила оформления приложений***

Приложение – заключительная часть работы, которая имеет дополнительное, обычно справочное значение, но является необходимой для более полного освещения темы. По содержанию приложения могут включать: копии подлинных документов, выдержки из отчётных материалов, отдельные положения из инструкций и правил, принятые при проведении расчётов исходные данные, полученные в ходе расчётов промежуточные результаты и т.д. По форме они могут представлять собой текст, таблицы, графики, карты.

Каждое приложение должно начинаться с новой страницы с указанием в правом верхнем углу слова «Приложение» и иметь тематический заголовок. При наличии в работе более одного приложения их следует пронумеровать. Нумерация страниц, на которых даются приложения, должна быть сквозной и продолжать общую нумерацию страниц основного текста. Связь основного текста с приложениями осуществляется через ссылки, которые употребляются со словом «смотри», оно обычно сокращается и заключается вместе с шифром в круглые скобки, например, (см. Приложение 3). В Содержании работы приводится перечень Приложений с полным названием каждого.

Руководство и консультирование

Непосредственное руководство бакалаврской работой студента осуществляет научный руководитель.

Обязанности научного руководителя:

– оказывать консультационную помощь студенту в определении окончательной темы ВКР, в подготовке плана ВКР, графика выполнения ВКР, в подборе литературы и фактического материала;
– содействовать в выборе методики исследования;
– осуществлять систематический контроль за ходом выполнения ВКР в соответствии с планом и графиком ее выполнения;
– информировать заведующего кафедрой в случае несоблюдения студентом графика выполнения ВКР;
– давать квалифицированные рекомендации по содержанию ВКР;
– произвести оценку качества выполнения ВКР в соответствии с предъявляемыми к ней требованиями (отзыв руководителя).

Процедура защиты выпускной квалификационной работы

Защита выпускной квалификационной работы проводится в установленное время на заседании государственной аттестационной комиссии по соответствующему направлению подготовки ГЭК с участием не менее двух третей её состава. Порядок и процедура защиты выпускной квалификационной работы определена Положением о государственной итоговой аттестации РАНХиГС.

Защита начинается с презентации работы. На защиту выпускной квалификационной работы необходимо предоставить презентацию (слайды в системе PowerPoint), количество слайдов 12-15 шт. Доклад должен включать обоснование актуальности избранной темы, характеристику научной проблемы и формулировку цели работы, а затем, в последовательности, установленной логикой работы, по главам раскрывать основное содержание работы, обращая особое внимание на наиболее важные разделы и интересные результаты, новизну работы, критические сопоставления и оценки. Заключительная часть доклада строится по тексту заключения выпускной квалификационной работы, перечисляются общие выводы из ее текста без повторения частных обобщений, сделанных при характеристике глав основной части, даются рекомендации. Студент должен излагать основное содержание выпускной работы свободно, не читая письменного текста. Продолжительность доклада – 10 мин.

После завершения доклада члены ГЭК задают студенту вопросы, как непосредственно связанные с темой выпускной квалификационной работы, так и близко к ней относящиеся. При ответах на вопросы студент имеет право пользоваться своей работой.

После окончания дискуссии зачитывается отзыв руководителя и рецензия на ВКР, студенту предоставляется заключительное слово. В своём заключительном слове студент должен ответить на замечания, отмеченные в отзыве руководителя и рецензии, и членов ГЭК.

После заключительного слова студента процедура защиты выпускной квалификационной работы считается оконченной.

Результаты защиты ВКР определяются на основе оценок:

- научного руководителя и рецензента за качество работы, степень ее соответствия требованиям, предъявляемым к ВКР соответствующего уровня;
- членов ГЭК за содержание работы, её защиту, включая доклад, презентацию, ответы на замечания.

Отличная оценка может быть выставлена при сочетании теоретических знаний по данной теме на высоком уровне и демонстрацией хорошего овладения практическими (в том числе, исследовательскими) навыками, качества презентации работы.

Итоговая оценка по результатам защиты выпускной квалификационной работы проставляется в протокол заседания комиссии и зачётную книжку студента, в которых расписываются председатель и члены экзаменационной комиссии.

Результаты защиты выпускной квалификационной работы являются основанием для принятия Государственной экзаменационной комиссией решения о присвоении соответствующей квалификации и выдачи диплома государственного образца.

В случае получения неудовлетворительной оценки при защите выпускной квалификационной работы повторная защита проводится в соответствии с Положением о государственной итоговой аттестации РАНХиГС.

Шкалы оценивания

Выпускная квалификационная работа

Оценка	Требования к знаниям
неудовлетворительно	ВКР не носит исследовательского характера, не имеет анализа, не раскрыта тема ВКР, нет выводов. При защите студент затрудняется отвечать на вопросы по теме работы, не знает теории вопроса. К защите не подготовлена презентация.
удовлетворительно	ВКР носит исследовательский характер, содержит теоретические положения, базируется на практическом материале, но отличается поверхностным анализом практического опыта по исследуемой проблеме, имеет заметные отклонения от темы, неполноту и нарушение последовательности изложения, беден терминологический словарь и однообразны теоретические конструкции, отсутствуют содержательное и стилевое единство (переход к публицистике), допущены серьезные фактические и теоретические ошибки, недостаточно доказательны выводы, библиография скудная. При защите работы студент демонстрирует неуверенность, слабое знание теории вопросов, не дает аргументированные ответы. В отзыве научного руководителя имеются

	критические замечания. Презентация слабая: мало слайдов, дизайн не выдержан, не отражена суть защиты.
хорошо	Раскрыты наиболее существенные, значимые аспекты ВКР. Выявлены основные проблемы, связанные с темой, показаны предпосылки их возникновения и сущность. Выработаны конкретные организационные, технико-экономические и иные рекомендации по совершенствованию деятельности предприятия хотя бы по одной из ключевых проблем, поставленных в теоретическом разделе. Работа имеет положительный отзыв научного руководителя. При защите студент показывает знание темы, оперирует данными исследования, вносит предложения по теме исследования, во время доклада использует презентацию ,без особых затруднений отвечает на поставленные вопросы.
отлично	ВКР написана на надлежащем уровне, использованы труды отечественных и зарубежных ученых: монографические источники, периодическая печать, возможности интернет, статистическая информация, собственные расчеты студента, выполненные на персональном компьютере. Отражены: практическая значимость (ценность) работы; применение современной методологии исследования; умение работать со статистическими источниками и экономической литературой; использование для расчетов персональных компьютеров; комплексный, системный подход к разработке и решению темы; наличие элементов творчества; умение грамотно, стройно и логически обоснованно излагать свои мысли, исследования и результаты, обобщать расчеты, строить графики и диаграммы по экономическим показателям. Присутствует анализ с выявлением причинно-следственных связей между событиями, показателями, факторами. Указанные факторы оцениваются, приводятся собственные выводы, авторская позиция по отношению к предмету исследования. Разработаны конкретные меры (организационные, практические) по улучшению положения объекта исследования. При защите выпускник показывает глубокое знание вопросов темы ВКР, свободно оперирует данными исследования, вносит собственные обоснованные предложения, во время доклада использует презентацию (таблицы, схемы, графики и т.п.), дает четкие и аргументированные ответы на дополнительные вопросы.

Государственный экзамен

Оценка	Требования к знаниям
неудовлетворительно	Студент затрудняется отвечать на вопросы билета, не знает теории вопроса.
удовлетворительно	• Приводятся скудные сведения по вопросам билета. • Демонстрируются поверхностные знания вопросов в билете. • Имеются затруднения с ответами на вопросы членов ГЭК.

хорошо	• Приводятся основные сведения относительно вопросов билета. • Демонстрируются неполные знания по вопросам билета. • Ответы на заданные вопросы даются с незначительными ошибками или неточностями.
отлично	• Приводятся полные сведения по вопросам билета. • Демонстрируются глубокие знания по вопросам билета. • Ответы на поставленные вопросы в билете излагаются логично, последовательно и не требуют дополнительных пояснений. • Даются ответы на все вопросы членов ГЭК.