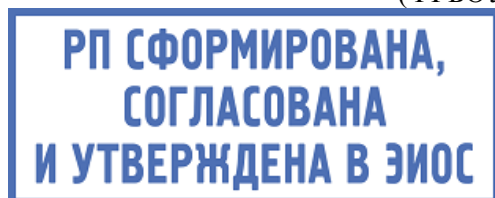


МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «ПОВОЛЖСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ»
(ФГБОУ ВО «ПГТУ»)**



УТВЕРЖДАЮ
Декан ФСТ

УТВЕРЖДАЮ /В.П. Шалаев/
(Ф.И.О. декана (директора института))

16.02.2022 г.

**ПРОГРАММА
ГОСУДАРСТВЕННОЙ ИТОГОВОЙ АТТЕСТАЦИИ**

Направление подготовки
(специальность)

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Квалификация выпускника

Бакалавр

(бакалавр/магистр/специалист)

Направленность

Реклама и связи с общественностью в государственных,
коммерческих и некоммерческих организациях

Распределение учебного времени

Трудоемкость по учебному плану	324 / 9	часов/зачетных единиц
Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы	324 / 9	часов/зачетных единиц

(год)

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО направления подготовки (специальности) 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Программу составили:

доцент с ученой степенью кандидата наук	СНиТ	СОГЛАСОВАНО	В.П. Комисар
(должность)	(кафедра)		(И.О. Фамилия)

РАССМОТРЕНА и ОДОБРЕНА на заседании выпускающей кафедры

Кафедра социальных наук и технологий

16.02.2022	протокол №	4
(дата)		

Заведующий кафедрой	СОГЛАСОВАНО	К.Э. Бурнашев
	(подпись)	(И.О. Фамилия)

Председатель методической комиссии факультета (института), в который входит выпускающая кафедра

СОГЛАСОВАНО	В.П. Комисар
	(И.О. Фамилия)

Эксперт(ы): Михаил Ананьевич Винокуров, главный редактор газеты "Ваш новый день"

Программа проверена и зарегистрирована в УМЦ 17.02.2022 г.

Специалист учебно-методического центра СОГЛАСОВАНО /Т.А. Смирнова/

Раздел 1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

Программа ГИА включает:

1) методические материалы к:

- выпускной квалификационной работе (далее – ВКР): требования к ВКР и порядку её выполнения, перечень тематик ВКР;
- учебно-методическое обеспечение.

2) процедуры оценивания результатов освоения образовательной программы:

- выпускная квалификационная работа;

3) порядок подачи апелляции.

Программа государственной итоговой аттестации разрабатывается выпускающей кафедрой.

Раздел 2. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ

2.1. Выпускная квалификационная работа

ВКР представляет собой выполненную обучающимся или совместно несколькими обучающимися работу, демонстрирующую уровень подготовленности выпускника (выпускников) к самостоятельной профессиональной деятельности. Защита ВКР является заключительным этапом проведения ГИА.

2.1.1. Требования к ВКР и порядку их выполнения.

ОБЩИЕ

ПОЛОЖЕНИЯ

Написание и защита дипломной работы является заключительным этапом подготовки студента по выбранной специальности.

Подготовка дипломной работы состоит из нескольких этапов.

- Выбор темы и обоснование ее актуальности.
- Составление библиографии, ознакомление с законодательными актами, нормативными документами и другими источниками, относящимися к теме дипломной работы.
- Сбор фактического материала на предприятии.
- Обработка и анализ полученной информации с применением современных методов рекламы и PR, финансового и хозяйственного анализа, статистических методов.
- Формулировка выводов и выработка рекомендаций.
- Оформление дипломной работы в соответствии с установленными требованиями.

Дипломник несет полную ответственность за научную самостоятельность и достоверность результатов проведенного исследования.

ВЫБОР ТЕМЫ ДИПЛОМНОЙ РАБОТЫ И ЕЕ УТВЕРЖДЕНИЕ

Студентам предоставляется право выбора темы дипломной работы. Выбор осуществляется исходя из интереса к проблеме, возможности получения фактических данных, а также наличия специальной научной литературы. Студент может предложить свою тему дипломной работы, если она соответствует специальности и специализации, по которой он обучался, и согласовать ее со своим научным руководителем. Следует подчеркнуть, что тема выпускной квалификационной работы должна быть практико-ориентированной, направленной на решение актуальных проблем в России. Представленное содержание дипломной работы должно полностью раскрывать заявленную тему, как с теоретической, так и с практической точки зрения, что подразумевает включение в работу экономического или коммуникативного (социального) обоснования эффективности решения проблемы. В качестве темы дипломной работы на основании требований Госстандарта к квалификационной характеристике выпускника направления подготовки Реклама и связи с общественностью 42.03.01 могут быть выбраны следующие направления изучения проблем рекламы и PR:

1. организация, планирование и совершенствование деятельности служб рекламы и PR и разработка мероприятий по повышению эффективности их деятельности;
2. разработка предложений по подбору, расстановке и повышению квалификации кадров служб рекламы и PR;

3. внедрение современных научных знаний, передовых технологий на предприятиях рекламы и PR;
4. обеспечение деятельности предприятий и организаций, представляющих услуги по рекламе и маркетингу;
5. разработка стратегии и тактики деятельности предприятий и организаций, предоставляющих услуги рекламы и PR;
6. разработка и внедрение инновационных технологий в деятельность служб рекламы и PR;
7. применение приемов и методов формирования системы межличностного общения, предупреждение, разрешение и управление конфликтами, возникающими при оказании услуг рекламы и PR;
8. организация, контроль и обеспечение системы мер по повышению качества оказываемых услуг предприятиями рекламы и PR;
9. создание условий для формирования рынка услуг рекламы и PR с учетом применения прогрессивных технологий;
10. изучение возможностей современных информационных технологий и методов сбора, хранения и обработки данных при подготовке решений в сфере рекламы и PR;
11. разработка управленческих решений в рамках компетенции и осуществления связей с общественностью;
12. разработка предложений по созданию новых рекламных и PR-продуктов;
13. изучение и применение международного опыта организации и продвижения предприятий, обеспечения качества оказываемых услуг в сфере рекламы, повышения квалификации персонала для субъектов в России;
14. применение эстетических и правовых нормы, регулирующих отношения человека к человеку, человека к обществу и общества к человеку при разработке рекламных проектов;
15. анализ современных рекламных разработок и PR-программ в реальном секторе экономики, особенности формирования уникального торгового предложения; анализ современных рекламных разработок и PR-программ в социальной сфере и политике;
16. анализ сущности и социальной значимости профессиональной деятельности в сфере рекламы и PR, определение основных проблем данной деятельности и их взаимосвязи в целостной системе знаний.

После выбора темы необходимо написать заявление на имя заведующего кафедрой (См.: Приложение 1). Выбранная тема выпускной квалификационной работы должна соответствовать одному из 16 представленных в данном методическом пособии направлений, что подтверждается подписью научного руководителя на заявлении об утверждении темы выпускной квалификационной работы. Научный руководитель назначается дипломнику из числа профессоров, доцентов, преподавателей, а также высококвалифицированных специалистов учреждений и предприятий в области, касающейся тематики дипломной работы. По согласованию с научным руководителем может быть приглашен консультант по разработке отдельных вопросов дипломной работы. Списки фамилий дипломников, тем дипломных работ, фамилий научных руководителей передаются в соответствующие учебные структуры Университета 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 дипломных работ подписывается проректором ПГТУ. После издания приказа об утверждении тем дипломных работ и научных руководителей каждому студенту выдается задание по дипломной работе (См.: Приложение 2). После издания приказа и выдачи задания по дипломной работе темы дипломных работ изменению не подлежат.

3. СТРУКТУРА ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЫ
Выпускная квалификационная работа – самостоятельная творческая работа студента. Независимо от избранной темы рекомендуется придерживаться приведенной ниже структуры:

- Титульный лист
- Содержание
- Введение
- Глава 1. Теоретические подходы к исследуемой проблеме, анализ нормативно-правовой базы, регулирующей сферу рекламы и PR в России, характеристика зарубежного и российского опыта.
- Глава 2. Исследование конкретного объекта, исходя из заявленной темы работы. Маркетинговое и социологическое исследование, рекомендации по совершенствованию или разработке рекламных мероприятий.
- Глава 3. (по необходимости) Разработанные студентом рекомендации по решению заявленной в теме дипломной работы проблемы (например, предложения по совершенствованию деятельности организаций или разработка и продвижение нового продукта) Данные рекомендации также могут быть представлены в заключительном параграфе второй главы. Или проекта рекламной кампании, концепции как рекомендация по диплому. Проект также может быть представлен в виде макета рекламного продукта и его обоснования, экономическими расчетами.
- Заключение
- Список источников и литературы
- Приложения

Титульный лист оформляется согласно образцу (на кафедре представлена типовая форма. См.: Приложение 3).

Содержание содержит перечень всех разделов работы, их полные заглавия с указанием номеров страниц (Примеры оформления представлены в Приложении 4). Введение дает краткую характеристику актуальности, разработанности исследовательской проблемы, цели, задач исследования, объекта и предмета, а также методологических основ, источников и краткое обоснование структуры. Крайне важным является соответствие заявленной темы дипломной работы и формулировок объекта, предмета, цели и задач исследования, а также отражение указанных позиций в содержании работы.

Во Введении также рассматриваются основные тенденции изучения и развития проблемы исследования, анализируется существующее состояние, дается анализ литературы, характеризуются методы исследования, формулируется гипотеза исследования. Объем Введения не должен превышать 10% от общего объема дипломного проекта. Объем дипломной работы 60-80 страниц, требования по оформлению соблюдаются согласно ГОСТу.

Первая глава включает 2-4 параграфа (в зависимости от темы), при этом желательно придерживаться следующего шаблона. В первом параграфе приводится теоретическое обоснование и описание темы диплома, уточнение аспектов заявленной в теме работы проблемы, а также проводится определение места и значения проблемы в исследовании сферы рекламы и PR, ее актуальности, при необходимости указывается характеристика или классификация видов организаций или видов услуг (к примеру, виды выставок; виды рекламных компаний, виды контента в интернет-рекламе.). Во втором параграфе проводится анализ нормативно-правовых актов, регулирующих сферу рекламы и PR в России. Следует уточнить, что под анализом нормативно-правовых актов понимается не перепечатывание статей законов и ГОСТов, а именно, анализ того, как проблема, заявленная в теме диплома, регулируется со стороны государства (или не регулируется). Желательно отразить в указанном анализе следующие Федеральные законы: «О рекламе», «О товарных знаках», «О защите прав

потребителей», «О СМИ», «О техническом регулировании». В зависимости от темы дипломной работы необходимо дополнить этот перечень нормативно-правовыми актами, характеризующими конкретный вид деятельности. Желательным является проведение анализа регионального законодательства в сфере рекламы. Третий параграф посвящен изучению российского и международного опыта решения той проблемы или аспекта деятельности, обозначенного в теме дипломной работы, проанализировать примеры позитивного опыта, накопленного по данному направлению в других странах. Желательно использовать оригинальный материал на иностранных языках. Приведенные примеры должны быть конкретными, с указанием источников.

Вторая глава дипломной работы содержит результаты исследований автора, проведенных по конкретному объекту на основе заявленной темы. В данной главе должен быть четко прописан теоретический или практический вклад автора работы в решение исследуемой проблемы. Содержание второй главы является приоритетным показателем при комплексной оценке дипломной работы, а, следовательно, для присуждения квалификации выпускнику.

Отсутствие в содержании второй главы проанализированных и обобщенных результатов авторских исследований на основе специально указанных ниже социологических и экономических методов, либо несоответствие (частичное или полное) содержания исследовательской главы и представленных рекомендаций утвержденной теме дипломной работы, является основанием для отказа в допуске данной выпускной квалификационной работы к защите, либо выставление неудовлетворительной оценки.

В зависимости от заявленной темы дипломной работы во второй главе проводится оценка существующего положения дел в конкретной организации, и вырабатываются рекомендации по улучшению деятельности в сфере рекламы и PR; либо подробно разрабатывается конкретный продукт и указываются способы и методы его продвижения и т.д.

Рассмотрим первый вариант темы (изучение деятельности конкретной организации сферы рекламы и предложение рекомендаций по ее совершенствованию) в качестве примера. Первый параграф будет посвящен общей характеристике деятельности конкретной организации на основе доступных для студента материалов, а именно: Правил трудового распорядка, любых документов рекламного характера (например, информация об организации, представленная в брошюрах или на сайте), и желательно, документов открытой финансовой отчетности (проведение диагностики финансового состояния деятельности предприятия) - бухгалтерского баланса или иных финансовых документов, а также статистических данных и исторических материалов.

Описательный материал дополняется оценкой следующих основных показателей деятельности организации (в зависимости от специфики предприятия): численность персонала, количество и виды оказываемых услуг, стоимость услуг, показатели работы, имеющиеся оборудования и т.д. Желательно, сравнить с подобными показателями за прошедший год. На основе имеющегося материала и, применяя экономические методы исследования, необходимо рассчитать примерную прибыль предприятия рекламы и его рентабельность (например, рентабельность продаж). Второй параграф. Портрет целевой аудитории организации N содержит результаты проведенного автором социологического исследования. Необходимо составить портрет целевой аудитории. Целесообразно изучить и представить в данном параграфе мнения экспертов о перспективах деятельности данного предприятия и, особенно, о внедрении новой идеи. Исследование можно проводить в два этапа - осенью - начало зимы - изучить текущее состояние дел, во время преддипломной практики уточнить полученные изменения после внедрения идеи, разработанной автором. Результа-

ты социального исследования желательно представить в сокращенном виде и как можно более наглядно, например, с использованием программы Мастер диаграмм в Excel. Третий параграф. Маркетинговое исследование организации N. Проводится SWOT-анализ и конкурентный анализ организации N. Методом SWOT-анализа проводится оценка потенциальных угроз, возможностей, перспектив и современного состояния положения дел в изучаемой организации. Необходимо расширить SWOT - анализ за счет привлечения результатов дополнительных расчетов «Структура видов оказываемых услуг деятельности компании», «Сравнительный анализ конкурентной среды». Для проведения более обоснованного сравнения конкурентов желательным является применение метода конкурентных профилей. Обязательно надо составить многогранник конкурентоспособности. Четвертый параграф второй главы является наиболее важным, так как демонстрирует опыт и квалификацию молодого специалиста в решении выявленной в ходе дипломного исследования проблемы. (Желательно называть четвертый параграф «рекомендации»). В параграфе описываются рекомендации, которые предлагает внести студент – дипломник в деятельность организации. Следует указать как обязательное условие, что представленные рекомендации должны отражать выявленные проблемы в деятельности организации и предлагать технологии их решения.

В случае особой ценности и значительного объема материала допускается преобразование четвертого параграфа в отдельную главу. Во второй главе (в первом, втором и четвертом параграфах) автору дипломной работы необходимо продемонстрировать свою квалификацию, как специалиста сферы рекламы, ориентированного на решение конкретных практических проблем деятельности. Для этого следует представить результаты проведенных автором дипломной работы исследований на основе изучения финансово-экономических показателей деятельности предприятия, перечисленных выше, а также представить финансово-экономическое обоснование предложенной автором идеи или представленных рекомендаций (достаточным считается обоснование одной из рекомендаций). Следует подчеркнуть, что финансово-экономическое обоснование должно включать такие расчеты, как: расчеты прибыли, рентабельность организации (или продаж), сроки окупаемости предлагаемой рекомендации (идеи), прогноз возврата инвестиций, график точки безубыточности или порога рентабельности по предлагаемой идее, а также график срока окупаемости инвестиций. Допускается применение иных экономических методов анализа, например: методы оценки затрат (по полной себестоимости или метод директ-костинга, методы дифференциации издержек), в зависимости от темы дипломной работы и заявленных задач исследования. Рекомендуем для проведения исследования финансово-экономических показателей использовать Форму № 1 и Форму № 2, которые входят в состав бухгалтерского баланса или отчетности по упрощенной форме налогообложения для малого бизнеса. Возможно, это будет не обязательно! Обращаем внимание, что вышеназванные Формы бухгалтерской отчетности студент должен предоставить руководителю диплома вместе с отчетом по преддипломной практике, содержащем также общую характеристику предприятия, в течение 1 недели по окончанию производственной преддипломной практики. Заключение дипломной работы располагается после основного текста и содержит краткие выводы, которые должны соответствовать заявленным во Введении цели и задачам работы. Если отдельные главы и параграфы посвящены детальному изложению отдельных вопросов, то в заключении следует еще раз пояснить их связь друг с другом. Вместе с тем выводы, представленные в Заключении не должны повторять выводы по каждому разделу (главы и параграфы) в основной части, но должны на них основываться.

В Заключение помимо формулировки результатов исследования указывается, какие вопросы остались неизученными, какие новые исследовательские вопросы возникли в результате работы и в каком направлении следует работать дальше. Здесь же описывается, как полученные выводы и сформулированные предложения могут повлиять на решение проблем и развитие сферы рекламы и PR. Список источников и литературы включает только те источники, на которые имеются ссылки в работе. Ссылки даются на все использованные в работе источники. Приложения содержат вспомогательный материал: большие по объему таблицы, рисунки, формы документации, фотографии, диаграммы и т.п. Все приложения должны быть озаглавлены и пронумерованы. Следует отметить, что представленный выше анализ содержания дипломной работы соответствует ряду указанных в пункте два направлений тем выпускных квалификационных работ. При этом допускается отклонение от представленного содержания в зависимости от заявленной темы работы. При защите дипломной работы обязательным является представление основных выводов по работе в виде компьютерной презентации в Power Point, либо раздаточный материал.

4. ОФОРМЛЕНИЕ ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЫ.

Общие требования к оформлению выпускной квалификационной работы. Выпускная квалификационная работа выполняется в компьютерном наборе и сдается на выпускающую кафедру. Крайний срок прохождения проверки на антиплагиат – за 10 дней до защиты работы. Работа выполняется на белой бумаге формата А4 (210х297 мм) на одной стороне листа; обратная сторона остается чистой. Текст печатается через 1,5 интервала (1,5 Word) с полями слева не менее 30 мм, справа – 1,5 мм, сверху – 20 мм и снизу – не менее 20 мм. В строке – 60 знаков, на листе 29-30 строк. Текст дипломной работы печатается шрифтом «Times New Roman Cyr», размер – 14 Пт. Объем ВКР должен составлять 60-80 страниц без учета приложений. Большие таблицы, иллюстрации и распечатки допускается выполнять в виде приложений на листах чертежной бумаги формата А3 (297х420). Объем приложений не ограничивается. Работа должна быть сброшюрована в обложку: папку со скоросшивателем или специальную папку, чтобы она при чтении не рассыпалась на отдельные листы. Если первый лист обложки папки непрозрачный, на него необходимо наклеить дубликат титульного листа. Все страницы дипломной работы (ВКР) должны иметь сквозную нумерацию. На титульном листе номер не ставится, но в общем объеме нумерации учитывается как первый лист. Порядковый номер ставится в правом верхнем углу листа или по середине сверху, начиная с Введения. Задание на выполнение дипломной работы брошюруется в папке текстовых документов после титульного листа, не нумеруется и не включается в количество листов. Отзыв научного руководителя (См. Приложение 6) располагаются после задания, не нумеруются, располагаются в файле после Задания на дипломную работу. Справка на антиплагиат не нумеруется, не вшивается в диплом, а вкладывается в прозрачный файл, который располагается после отзыва руководителя. Структура текста и язык изложения. Структурирование основной части ВКР может быть осуществлено одним способом: разделением текста на главы, которые в свою очередь должны быть разделены на параграфы. Главы и параграфы должны иметь порядковые номера в пределах всей ВКР, обозначенные арабскими цифрами без точки в конце. Номер параграфа состоит из номера главы и порядкового номера параграфа, разделенных точкой. В конце номера точка не ставится. Мы настоятельно рекомендуем придерживаться наиболее удобной системы нумерации – десятичной. В десятичной системе применяются только арабские цифры для глав, а

нумерация параграфов образуется путем приписывания к номеру главы номера параграфа, которые разделяют точкой. Таким образом, цифры «2.1» и «2.2» обозначают номера параграфов главы 2. Если параграф 2.2 делился бы на части, то для их обозначения использовалась бы следующая нумерация: 2.1.1, 2.1.2 и т. д. Тем самым по номеру раздела легко определить его место в структуре всего текста (ГОСТ 2.105-95). При делении текста работы на части следует руководствоваться таким эмпирическим правилом: введение и заключение к работе должны составлять 10-15% текста. Деление работы на главы и параграфы осуществляется так, чтобы части работы были пропорциональными по объему и научному содержанию. При этом нежелательным считается выделение большого количества параграфов в главах (не более 3-4 параграфов), оптимальный объем каждого, в среднем 10 страниц (минимально – 7, максимально - 15). В конце параграфов, как и в конце главы должны содержаться основные выводы по материалу, представленному в данной части работы. Заголовки параграфов и глав следует располагать симметрично к тексту (выравнивание – по середине), между заголовками и текстом оставляется 2 пустых строки. Не допускается написание заголовков заглавными буквами, либо выделение их жирным, полужирным текстом или курсивом. Каждую главу ВКР обязательно следует начинать с нового листа (страницы). Страницы должны быть заполнены текстом. Параграфы или подразделы не следует начинать с новой страницы, если текст предшествующего параграфа завершается в верхней или средней части листа достаточно отступить от конца текста две пустых строки и указать заголовок следующего параграфа. Далее, вновь, отступить от заголовка параграфа две пустых строки и печатать текст параграфа. В тексте ВКР могут быть перечисления. Перед каждой позицией перечисления следует ставить дефис или, при необходимости ссылки на одно из перечислений, строчную букву, после которой ставится скобка (без точки). Если необходима дальнейшая детализация перечислений, используют арабские цифры, после которых ставится скобка, а запись производится с абзацного отступа. Каждый пункт, подпункт и перечисление следует записывать с абзацного отступа. При этом, согласно правилам русского языка, текст предложения, содержащий перечисление, начинается со строчной буквы, а в конце предложения ставится точка с запятой. Только в конце всех перечислений ставится точка.

Сокращение слов в тексте не допускается, кроме установленных ГОСТ 2.316, ГОСТ Р 21.1101, ГОСТ 7.12. Условные буквенные и графические обозначения должны соответствовать установленным стандартам (ГОСТ 2.105). Обозначения единиц физических величин необходимо принимать в соответствии с ГОСТ 8.417, СН 528. ВКР должна быть написана хорошим научным языком, что включает в себя как соблюдение общих норм литературного языка и правил грамматики, так и учет особенностей научной речи: ее точности, однозначности терминологии, некоторых правил применения форм речи.

В отношении стиля научной речи следует запомнить, что личная манера изложения в современной научной литературе уступила место безличной («можно считать...», «допустим, что...»). Местоимение «я» не употребляется, а местоимение «мы» постепенно выходит из употребления. Имеются также слова и выражения, которые вообще не следует (не рекомендуется) использовать в научном тексте, например: «очевидно», «общезвестно», «само собой разумеется», «естественно». Не следует (не рекомендуется) также употреблять местоимения «что-то», «кое-что», «что-нибудь» в силу их неопределенности. При обсуждении научных положений следует применять одну и ту же временную форму глагола.

Оформление цитат и сносок. Все используемые в дипломной работе материалы даются со ссылкой на источник. Особенно следует обратить внимание на сопровождение сносками материалов теоре-

тической главы дипломной работы. Из опыта отмечено, что на каждой странице первой главы располагается не менее 2-4 сносок на источники. Дипломные работы, не содержащие ссылок на источники и литературу, не допускаются к сдаче научному руководителю и на кафедру для рассмотрения возможности допуска к защите. Существует несколько способов оформления ссылок. Студенту следует выбрать один из них и последовательно проводить его на протяжении всей работы. Дословная цитата и заимствование данных, фактов и аргументов из научной литературы должны быть снабжены ссылками и сносками. В сноске должно содержаться указание источника, но может быть помещено еще и примечание автора, не вписывающееся в основной текст. Ссылка на источник в сноске представляет собой указание фамилии и инициалов автора книги, ее заголовка, места и года издания и номера страницы. Для обозначения тома, номера и страницы цитируемого издания необходимо пользоваться сокращениями, принятыми в языке источника. При цитировании журнальных статей или статей из сборников и многотомников нельзя опускать фамилию автора или название статьи, сославшись лишь на год выхода журнала в свет, номер журнала или тома и страницу. Иначе говоря, следует указать не только автора, но и название статьи, название журнала, год и номер журнала (выпуска, тома) и страницу.

Общий подход к оформлению ссылок в сносках заключается в том, что руководствуются правилами библиографического описания для списка литературы, но опускают подзаголовок, сведения об организации, ответственной за издание, название издательства, общий объем издания. Кроме того, следует помнить, что ссылки, так же, как и примечания, с точки зрения грамматики являются предложениями, они пишутся с большой буквы даже если начинаются с сокращений «См.:», «Ср.:» и др. и завершаются точкой (или другим знаком). Сноски и примечания могут быть внутритекстовыми, затекстовыми или подстрочными. Внутритекстовые сноски и примечания помещают в самом тексте в том месте, к которому они относятся, где в квадратных скобках указывается номер источника в списке литературы вашей работы и номер страницы через запятую. Например, [22, 141].

Затекстовые сноски и примечания помещаются после всего текста. В такой сноске указывается источник данных, книга или статья, т. е. указывают ее автора, название, место, издательство, год издания и страницу, откуда заимствована цитата. Подстрочные сноски и примечания располагаются под строками основного текста и отделяются от него небольшой горизонтальной линией. Затекстовые и подстрочные примечания связываются с соответствующим местом основного текста арабскими цифрами, набранными мелким шрифтом и расположенными на верхней линии шрифта основного текста. Нумерация затекстовых примечаний является сквозной, а подстрочных – постраничной.

Оформление табличного и иллюстративного материала
Таблицы должны быть озаглавлены: иметь название, которое следует выполнять строчными буквами (кроме первой прописной) и помещать над таблицей. Заголовки граф и строк таблицы начинают с прописных букв. Разделять заголовки и подзаголовки боковика и граф диагональными линиями не допускается. Заголовки граф могут быть записаны параллельно или перпендикулярно (при необходимости). Высота строк в таблице должна быть не менее 8 мм. Таблицы, за исключением таблиц приложений, следует нумеровать арабскими цифрами сквозной нумерацией. Желательно нумеровать таблицы в пределах одной главы. В этом случае номер таблицы состоит из номера раздела и порядкового номера таблицы, разделенных точкой.

Правее и выше таблицы пишется слово «Таблица» и соответствующий номер (например, Таблица 1.1 – подразумевается 1 таблица в первой главе работы). А название

таблицы указывается в следующей строке с выравниванием по середине. Если строки или графы таблицы выходят за формат страницы, ее делят на части, помещая одну часть под другой или рядом, при этом в каждой части таблицы повторяют ее головку или боковик. Допускается ее головку или боковик заменять соответственно номером граф и строк. Для этого нумеруют арабскими цифрами графы и (или) строки первой части таблицы. Слово «Таблица...» указывают один раз справа над первой частью таблицы, над другими частями пишут слова «Продолжение таблицы...» с указанием номера таблицы также слева над ней. Название при этом помещают только над первой ее частью.

На все таблицы ВКР должны быть даны ссылки в тексте по типу «таблица 1.1». Допускается помещать таблицу вдоль длинной стороны листа. К тексту и таблицам могут даваться примечания. Причем для таблиц текст примечаний должен быть приведен в конце таблицы над линией, обозначающей окончание таблицы. Примечания следует выполнять с абзаца с прописной буквы. Если примечание одно, его не нумеруют и после слова «Примечание» ставится тире и текст примечания следует начинать тоже с прописной буквы. Несколько примечаний нумеруют по порядку арабскими цифрами без точки после них.

Количество иллюстраций должно быть достаточным для пояснения излагаемого текста. В состав иллюстраций включаются все графики и диаграммы. Иллюстрации могут быть расположены как по тексту документа (возможно ближе к соответствующим частям текста), так и в конце его. Иллюстрации, за исключением иллюстраций приложений, следует нумеровать арабскими цифрами сквозной нумерацией в пределах главы. Если рисунок один, то он обозначается «Рисунок 1.1» – означает 1 рисунок в первой главе.

Иллюстрации каждого приложения обозначают отдельной нумерацией арабскими цифрами с добавлением перед цифрой обозначения приложения. Например - Рисунок 1.3.

Желательно нумеровать иллюстрации в пределах каждой главы. В этом случае номер иллюстрации состоит из номера главы и порядкового номера иллюстрации, разделенных точкой. Например - Рисунок 1.1.

При ссылках на иллюстрации следует писать "... в соответствии с рис.2" при сквозной нумерации и "... в соответствии с рис.1.2" при нумерации в пределах главы. Иллюстрации должны иметь наименование и пояснительные данные (подрисовочный текст). Слово «Рис.1.1» и наименование рисунка помещают под рисунком по середине листа, и располагают следующим образом: Рис.1.1 – Интерьер ресторана. Оформление приложений.

Приложение оформляют как продолжение ВКР на последующих ее листах. Каждое приложение следует начинать с новой страницы с указанием наверху посередине слова «Приложение», после которого следует арабская цифра, обозначающая его последовательность.

Приложение должно иметь заголовок, который записывают симметрично тексту с прописной буквы отдельной строкой. Если в ВКР одно приложение, оно обозначается «Приложение 1». В Содержании дипломной работы допускается написание слова Приложения без подробного перечисления входящих в него документов. В тексте дипломной работы на все приложения должны быть даны ссылки, например: «Приложение 1».

Составление и оформление списка литературы. В список литературы к дипломной работе включаются все цитированные источники и прочитанная литература, которая относится к теме и, оказала существенное влияние на содержание работы. Список увеличивается в результате работы над темой, но в него включаются лишь те произведения, на которые автор опирался. Список литературы может называться – «Список источников и литературы», либо «Использованная лите-

ратура и источники». Литература помещается в список в строго алфавитном порядке (сначала на русском, затем на иностранных языках по фамилиям авторов либо по названию сочинений, если автор не указан). Список литературы имеет порядковую нумерацию; это необходимо для формальной оценки объема изученного материала, либо ссылок путем отсылки к списку литературы. Вначале нумеруются нормативно-правовые акты. Общие требования и правила библиографического описания источников определяются действующим государственным стандартом (ГОСТ 2018). Примеры оформления представлены в Приложении 7.

Библиографическое описание книги дается в следующем порядке: а) фамилия и инициалы автора; б) заглавие книги; в) сведения об ответственности; г) место издания; д) издательство; е) год издания; ж) общее количество страниц. В описании источников следует сокращать названия городов Москва, Ленинград, Санкт-Петербург (М., Л., СПб.), названия других городов не сокращают. Сведения о статье из периодического издания должны включать: фамилию и инициалы автора, заглавие статьи, сведения об ответственности, наименование издания (журнала), наименование серии, год выпуска, том, номер издания (журнала), страницы, на которых помещена статья. Список использованных источников и литературы указывается в конце ВКР перед приложением и составляется в алфавитном порядке в следующей последовательности:

- законодательные и нормативно-методические документы и материалы;
- статистические, инструктивные и отчетные материалы предприятий, организаций и учреждений, справочники и т.п.;
- специальная научная отечественная и зарубежная литература (монографии, брошюры, научные статьи и т.п.).

Вся литература на русском языке (труды, имеющие методологическое значение для изучаемой темы, монографии и сборники, статьи в сборниках и журналах; справочники, газеты, рукописи) указывается в списке в алфавитном порядке. В том числе и литература, представленная на интернет-сайтах. Список литературы на иностранных языках также в алфавитном порядке следует после списка на русском языке.

5. НАУЧНЫЙ РУКОВОДИТЕЛЬ И ЕГО ОБЯЗАННОСТИ

В целях оказания дипломнику теоретической и практической помощи в период подготовки и написания дипломной работы ему назначается научный руководитель. Дипломник периодически (по обоюдной договоренности) информирует научного руководителя о ходе подготовки дипломной работы и консультируется по вызывающим затруднения вопросам.

Следует иметь в виду, что научный руководитель не является ни соавтором, ни редактором дипломной работы, и студент не должен рассчитывать на то, что руководитель будет править имеющиеся в дипломной работе теоретические, методологические, стилистические и другие ошибки.

На различных стадиях подготовки и выполнения дипломной работы задачи научного руководителя изменяются.

На первом этапе подготовки дипломной работы научный руководитель консультирует в выборе темы, рассматривает и корректирует план работы и дает рекомендации по списку литературы.

В ходе выполнения работы научный руководитель является оппонентом, указывая дипломнику на недостатки аргументации, композиции, стиля и т.д. и рекомендует, как их лучше устранить.

К рекомендациям и замечаниям научного руководителя дипломник должен относиться критически. Он может учитывать их или отклонять по своему усмотрению, т.к. теоретически и методологически правильная разработка и освещение темы, а также качество содержания и оформления дипломной работы целиком и полностью лежат на от-

ветственности

дипломника.

Законченная дипломная работа представляется дипломником руководителю, не позднее, чем за 10 дней до защиты. После получения окончательного варианта дипломной работы научный руководитель выступает в качестве эксперта. Научный руководитель подписывает дипломную работу и составляет письменный отзыв (См.: Приложение 6), в котором всесторонне характеризует качество дипломной работы, отмечает положительные стороны, особое внимание обращает на имеющиеся отмеченные ранее недостатки, не устраненные дипломником, мотивирует возможность или нецелесообразность представления дипломной работы в ГАК. При этом руководитель не выставляет оценку дипломной работы, а только рекомендует или не рекомендует ее к защите в ГАК.

6. ПРЕДВАРИТЕЛЬНАЯ ЗАЩИТА ДИПЛОМНОЙ РАБОТЫ

День и время предварительной защиты дипломных работ определяет соответствующая учебная структура. Перед предварительной защитой студенту необходимо иметь готовую дипломную работу, подписанный отзыв научного руководителя. Предварительная защита проводится в комиссии, состоящей из двух-трех человек. В процессе предварительной защиты студент кратко излагает суть дипломной работы и отвечает на вопросы членов комиссии. После ознакомления с дипломной работой и получения ответов студента, комиссия принимает решение о возможности ее защиты в ГАКе. В случае принятия положительного решения представитель кафедры ставит свои визы на титульном листе дипломной работы.

7. ЗАЩИТА ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЫ

Крайний срок прохождения проверки на антиплагиат – за 10 дней до защиты работы. За 5-7 дней до объявленной защиты дипломная работа, а также заполненное задание на диплом, отзыв научного руководителя и справка на антиплагиат должны быть сданы на выпускающую кафедру. В процессе сдачи дипломной работы проверяется ее соответствие всем представленным в данных рекомендациях требованиям. В случае отсутствия любого из названных выше документов, либо несоответствия оформления работы требованиям, либо несоответствия темы работы, указанной на титульном листе, и в приказе, подписанным проректором ПГТУ, выпускная квалификационная работа не принимается, а студент не допускается к защите. Защита ВКР происходит перед Государственной аттестационной комиссией (ГАК). Она проводится в форме открытого заседания с участием научного руководителя, официального рецензента и студентов-дипломников.

Процедура защиты:

1. Сообщение дипломника о содержании работы (5-10 минут).
2. Вопросы к автору работы со стороны ГАК и его ответы.
3. Выступление научного руководителя.
4. Выступления присутствующих на защите.

Оценка дипломной работы дается на закрытой части заседания по 5-балльной системе. ГАК совместно с выпускающей кафедрой решает вопрос о рекомендации дипломной работы к публикации, выдвижении на конкурсы и выставки и т.д.

Основными критериями для вынесения балльной оценки дипломной работе являются:

- актуальность и новизна темы, сложность её разработки;
- полнота раскрытия заявленной темы работы и ее содержания;
- полнота использования источников, отечественной и иностранной специальной литературы по рассматриваемым вопросам;
- полнота и качество собранных фактических данных по объекту исследования;
- творческий характер анализа и обобщения фактических данных на основе современных социологических и экономических методов и научных достижений;
- научное и практическое значение предложений, выводов и рекомендаций, степень их обоснованности и возможность реального внедрения в работу учреждений и организа-

ций рекламы и PR;
- навыки лаконичного, чёткого и грамотного изложения материала, оформление работы в соответствии с методическими указаниями;
- умение вести полемику по теоретическим и практическим вопросам дипломной работы, глубина и правильность ответов на замечания рецензентов и вопросы членов ГАК.

2.1.2. Перечень тематик ВКР

Разработка (или совершенствование) программы продвижения (рекламной кампании, информационной, коммуникационной кампании) международной торговой марки (международного события в области культуры, спорта, искусства) на российском рынке. Разработка (или совершенствование) программы продвижения (рекламной кампании, информационной, коммуникационной кампании) на основе коммуникационного/рекламного проекта/ креативной концепции/ брифа/ продукта (рекламный ролик на ТВ, радио, печатная, наружная, мобильная, брендбук и пр. реклама и PR-продукты и проекты). Разработка/ формирование фирменного стиля компании. Разработка программы ребрендинга/ кобрендинга/ коллаборационных проектов (как фактора конкурентного преимущества/ инструмента в конкурентной борьбе/ стимулирования сбыта). Разработка программы коммуникаций для создания конкурентного преимущества международной торговой марки/ компании или на рынке. Создание конкурентных преимуществ для международной торговой марки с помощью интегрированных (рекламных) коммуникаций/ ребрендинга/ кобрендинга/ коллаборационных проектов. Разработка (или совершенствование) программы продвижения (рекламной кампании, коммуникационной кампании) российской торговой марки на международном рынке. Разработка (совершенствование, управление) рекламной стратегии/ платформы бренда/ медиаплана для размещения (на канале), для международной торговой марки. Разработка (управление) спонсорского пакета для международного мероприятия (события) в области культуры, спорта, искусства (и т. п.). Разработка (совершенствование) внутренних информационных ресурсов для международной компании. Разработка (управление) программ лояльностей для мультибрендового ритейла. Разработка (совершенствование, управление) PR кампания как способа формирования новой позиции международного бренда. Разработка (совершенствование, управление) digital (партизанской, вирусной рекламы и проектов). Разработка (совершенствование, управление) инновационных методов сбора информации на рекламном рынке. Формирование (совершенствование, управление) бренда (брендинг) специализированного журнала. Разработка (совершенствование, управление) коммуникационного обеспечения франшизы международной марки. Разработка презентации, как инструмент управления коммуникациями с клиентом. Повышение (совершенствование, управление) эффективности коммуникационных программ с помощью кросс-промоушена. Формирование (совершенствование, управление) имиджа марки с помощью инновационных коммуникативных решений. Формирование (совершенствование, управление) фирменного стиля (имиджа) с помощью сувенирной рекламы. Разработка (совершенствование, управление) проекта digital коммуникаций для международной торговой марки. Повышение эффективности коммуникационных программ с помощью digital коммуникаций. Управление (совершенствование, управление) эмоциями целевой аудитории в рекламных коммуникациях. Организация сбора информации (исследования/ аналитического этапа) для разработки коммуникационной кампании. Организация (совершенствование, управление) исследования для оценки эффективности/ эффективности коммуникационной кампании. Разработка (совершенствование, управление) методов оценки качества рекламного продукта/ эффективности коммуникационной кампании. Разработка (совершенствование, управление) художественных решений (макеты, композиции, изображения, типографики) рекламы, PR в коммуникационных проектах и кампаниях на рынке. Интернет. Разработка (совершенствование, управление) рекламной кампании в сети Интернет. Оптимизация (совершенствование, управление) сайта как коммуникационного ресурса компании в сети Интернет. Продвижение (совершенствование, управление) международного рекламного

агентства (торговой марки) в сети Интернет. Продвижение (совершенствование, управление) торговой марки через социальные сети. Совершенствование (управление) социальных сетей при продвижении продукта. Совершенствование (управление) on-line игр при продвижении продукта. Разработка вирусной рекламы в сети Интернет. Формирование (совершенствование, управление) арт-рынка с помощью Интернет-коммуникаций. Организация прямой рекламы для продвижения международной торговой марки. Проблемы эффективности и исследования. Оценка (совершенствование, управление) эффективности коммуникационной/рекламной кампании в сети Интернет. Оценка (совершенствование, управление) эффективности коммуникационной/рекламной кампании на разных носителях (в СМИ, BTL). Организация (совершенствование, управление) тестирования рекламного продукта как ресурс повышения эффективности. Оценка эффективности социальной рекламы. Аудит (совершенствование, управление, организация контроля) системы рекламных коммуникаций в торговом зале. Аудит (совершенствование, управление, организация контроля) за реализацией BTL проектов. Формирование (управление) целевой аудитории при планировании и реализации коммуникационной программы/проекта (PR/рекламной).

Разные

Адаптация транснационального рекламного продукта на российском рынке. Адаптация международного опыта политической рекламы в российской действительности. Формирование (совершенствование, управление) имиджа государства России (региона, территории) на мировой арене. Совершенствование (управление) PR коммуникаций в маркетинговой политике международной компании. Позиционирование международной компании средствами рекламы и PR. Совершенствование (управление) визуальным мерчендайзингом торговых марок (товарного сегмента, на рынке). Разработка (совершенствование, управление) коммуникационной стратегии персоны в ШОУ-БИЗНЕСЕ. Создание (совершенствование, управление) международного бренда в ШОУ-БИЗНЕСЕ. Продвижение индивидуального музыкального проекта (продукта) на рынке средствами рекламы и PR. Организация (совершенствование, управление) продажи рекламного времени (рекламных площадей, коммуникационных площадок) и т.п. Выставочные арт-проекты как коммуникационный ресурс современного международного рынка. Совершенствование (управление) интегрированными коммуникациями на рынке «Х». Стимулирование сбыта с помощью ребрендинга. Управление имиджем торговой марки с помощью ребрендинга. Внедрение (совершенствование, управление) игровых форм рекламных коммуникаций. Продвижение международных торговых марок через спонсорство/поддержку (спорта, культуры, искусство, благотворительность). Совершенствование (управление) Digital-технологиями рекламной коммуникации. Регулирование рекламной и (или) PR деятельности (на отдельных рынках, сферах). Разработка принципов социальной ответственности в рекламной деятельности. Совершенствование социальной ответственности в рекламной деятельности. Разработка (совершенствование, управление) креативного решения/стратегии для торговой марки. Разработка (совершенствование, управление) рациональной или эмоциональной аргументации (Rational Appeals vs. Emotional Appeals) в рекламном сообщении для международной торговой марки. Совершенствование рекламных коммуникаций с помощью художественно-выразительных средств. Разработка (совершенствование) управления имиджем организации, персоналия. Разработка (совершенствование) репутации компании, организации, лица, персоны. Совершенствование маркетинговых коммуникаций на B2B рынке для продвижения иностранного продукта на российский рынок.

2.2. Учебно-методическое обеспечение

№№ п/п	Список используемой литературы	Количество экземпляров печатных изданий, имеющихся в библиотеке, или электронный адрес издания (ресурса) в сети Интернет
УЧЕБНЫЕ, УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКИЕ И НАУЧНЫЕ ИЗДАНИЯ		
1.	Цветкова, Галина Сергеевна. Рекламный менеджмент [Текст] : учебное пособие : [по направлению подготовки 38.03.06 "Торговое дело" и 38.04.02 "Менеджмент"] / Г. С. Цветкова; М-во науки и высш. образования Рос. Федерации, ФГБОУ ВО "Поволж. гос. технол. ун-т". Йошкар-Ола: ПГТУ, 2018. - 107 с. ISBN 978-5-8158-1998-6. Экземпляры: всего 15.	15 / https://portal.volgatech.net/books/Cvetkova_reklamnii_menedzhment_2018.pdf
2.	Вельская, Г. Г. Реклама социальных проектов [Электронный ресурс] : методическое пособие / Вельская Г. Г., Абаев А. Л. Москва: Дашков и К, 2019. - 94 с. ISBN 978-5-394-03771-9.	https://e.lanbook.com/book/173931
3.	Реклама в социально-культурном сервисе и туризме [Текст] : упр. блок УМК для студентов специальности 100103.65 "Соц.-культур. сервис и туризм" очной и заоч. форм обучения / сост. В. П. Рукомойникова. Йошкар-Ола: МарГТУ, 2008. - 46 с.	https://portal.volgatech.net/books/Rukomojnikova_reklama_v_socio.pdf
4.	Торопова, Евгения Васильевна. Маркетинг отраслевых рынков [Текст] : [учебное пособие для студентов вузов по направлению подготовки 080100.68 "Экономика" (квалификация/степень "магистр")] / Е. В. Торопова, Е. В. Родионова; М-во образования и науки РФ, ФГБОУ ВПО "Поволж. гос. технол. ун-т". Йошкар-Ола: ПГТУ, 2013. - 100 с. ISBN 978-5-8158-1132-4. Экземпляры: всего 163.	163 / https://portal.volgatech.net/books/Toropova_marketing_otraslevyx_rynkov.pdf
5.	Маркетинговые коммуникации [Текст] : [методические указания к выполнению расчетно-графических работ для студентов направления подготовки 080200.62 "Менеджмент" и специальности 080111.65 "Маркетинг"] / М-во образования и науки РФ, ФГБОУ ВПО "Поволж. гос. технол. ун-т"; [сост.: Г. С. Цветкова, О. В. Полякова]. Йошкар-Ола: ПГТУ, 2014. - 37 с. Экземпляры: всего 21.	21 / https://portal.volgatech.net/books/Cvetkova_marcetingovye_kommunikacii_2014.pdf
6.	Ларионов, Г. В. Маркетинг: Учебное пособие в схемах [Электронный ресурс] / Ларионов Г.В., Козленко Н.Н. Москва: Дашков и К, 2014 ISBN 978-5-394-02505-1.	http://e.lanbook.com/books/element.php?pl1_id=70539
7.	Маркетинг в отраслях и сферах деятельности [Электронный ресурс] : учебник / под ред. Ю. В. Морозова. Москва: Дашков и К, 2016. - 448 с. ISBN 978-5-394-02263-0.	http://e.lanbook.com/books/element.php?pl1_id=93346
8.	Перцовский, Н. И. Маркетинг [Электронный ресурс] : краткий толковый словарь основных маркетинговых понятий и современных терминов / сост. Н. И. Перцовский. 3-е изд. Москва: Дашков и К, 2016. - 139 с. ISBN 978-5-394-02672-0.	http://e.lanbook.com/books/element.php?pl1_id=77280

РАЗДЕЛ 3. ПРОЦЕДУРА ОЦЕНИВАНИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Процедура оценивания результатов освоения ОПОП включает:

- перечень компетенций;
- критерии оценивания, шкалу оценивания;
- методические материалы, определяющие процедуры оценивания результатов освоения ОПОП.

3.1. Выпускная квалификационная работа

Перечень компетенций, оцениваемых при защите ВКР

Код компетенции	Наименование компетенции
УК-1	Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач
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-3	Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде
УК-4	Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)
УК-5	Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этническом и философском контекстах
УК-6	Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни
УК-7	Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности
УК-8	Способен создавать и поддерживать в повседневной жизни и в 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
УК-9	Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности
УК-10	Способен формировать нетерпимое отношение к коррупционному поведению
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 понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности
ОПК-7	Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности
ПК-1	Способен применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций
ПК-2	Способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности
ПК-3	Способен осуществлять редакторскую деятельность в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, стилями, технологическими требованиями разных типов СМИ и других медиа
ПК-4	Способен применять результаты исследований для планирования рекламной или PRкампании при создании коммуникационного продукта

Критерии оценивания компетенций, шкала оценивания

Шкала оценивания	Критерии оценивания компетенций, шкала оценивания
«отлично» / компетенции сформированы в полном объеме	При выполнении выпускной квалификационной работы и в ходе защиты выпускник продемонстрировал отличный: - уровень теоретической и научно-исследовательской проработки проблемы; - понимание исследуемого вопроса; - качество анализа проблемы; - самостоятельность разработки, обоснованность результатов и выводов; - степень владения современным математическим аппаратом, программными продуктами и компьютерными технологиями; - иллюстративность, качество презентации результатов работы; - навыки публичной дискуссии.
«хорошо» / компетенции сформированы в достаточном объеме	При выполнении выпускной квалификационной работы и в ходе защиты выпускник продемонстрировал хороший: - уровень теоретической и научно-исследовательской проработки проблемы; - понимание исследуемого вопроса; - качество анализа проблемы; - самостоятельность разработки, обоснованность результатов и выводов; - степень владения современным математическим аппаратом, программными продуктами и компьютерными технологиями; - иллюстративность, качество презентации результатов работы; - навыки публичной дискуссии.
«удовлетворительно» / компетенции сформированы частично	При выполнении выпускной квалификационной работы и в ходе защиты выпускник продемонстрировал удовлетворительный: - уровень теоретической и научно-исследовательской проработки проблемы; - понимание исследуемого вопроса; - качество анализа проблемы;

	- самостоятельность разработки, обоснованность результатов и выводов; - степень владения современным математическим аппаратом, программными продуктами и компьютерными технологиями; - иллюстративность, качество презентации результатов работы; - навыки публичной дискуссии.
«неудовлетворительно» / компетенции не сформированы	При выполнении выпускной квалификационной работы и в ходе защиты выпускник не продемонстрировал: - уровень теоретической и научно-исследовательской проработки проблемы; - понимание исследуемого вопроса; - качество анализа проблемы; - самостоятельность разработки, обоснованность результатов и выводов; - степень владения современным математическим аппаратом, программными продуктами и компьютерными технологиями; - иллюстративность, качество презентации результатов работы; - навыки публичной дискуссии.

Особое внимание при оценивании выпускной квалификационной работы обращается на возможность практического использования данных, полученных в работе. Должны учитываться также: уровень доклада на защите; соответствие оформления работы установленным требованиям; качество иллюстративного материала к докладу.

При проведении защиты выпускной квалификационной работы члену ГЭК выдается бланк «Перечень компетенций, оцениваемых при защите ВКР» и «Бланк оценивания защиты ВКР» (приложение 1).

Итоговая оценка выводится непосредственно после окончания защиты выпускных квалификационных работ на основе оценивания государственной экзаменационной комиссией компетенций обучающегося и защиты выполненной им выпускной квалификационной работы. Итоговая оценка выставляется по четырехбалльной шкале: «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

Секретарь ГЭК на основании «Бланк оценивания защиты ВКР» составляет Протокол заседания ГЭК по защите ВКР.

РАЗДЕЛ 4. ПОРЯДОК ПОДАЧИ АПЕЛЛЯЦИИ.

Порядок подачи апелляции установлен в СМК-ПИ-3.01-07 «Положение о государственной итоговой аттестации обучающихся ПГТУ».

Бланк оценивания защиты ВКР

Институт/Факультет/Центр	Факультет социальных технологий
Кафедра	Кафедра социальных наук и технологий
Направление подготовки	42.03.01 (о) - ст. - РК
Наименование ОП	11 - Реклама и связи с общественностью в государственных, коммерческих и некоммерческих организациях

ФИО обучающегося	Балл по компетенции в соответствии с критериями оценивания*																				Средний балл	Оценка («отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно»)
	У К- 1	У К- 2	У К- 3	У К- 4	У К- 5	У К- 6	У К- 7	У К- 8	У К- 9	У К- 10	О П К- 1	О П К- 2	О П К- 3	О П К- 4	О П К- 5	О П К- 6	О П К- 7	П К- 1	П К- 2	П К- 3	П К- 4	
1.																						
2.																						
3.																						

* ВКР обучающегося оценивается в разрезе компетенции, исходя из принятой шкалы оценивания

Председатель ГЭК	
Члены ГЭК	(подпись)
	(подпись)
	(подпись)
	(подпись)
	(подпись)