

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования

«Псковский государственный университет»  
(ПсковГУ)

Институт гуманитарных наук и языковых коммуникаций  
Факультет русской филологии и иностранных языков

СОГЛАСОВАНО

Декан факультета русской филологии  
и иностранных языков

 С.Н. Воднева

« 31 » августа 2020 г.



УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной работе

 О.А. Серова

« 01 » сентября 2020 г.

**ПРОГРАММА ГОСУДАРСТВЕННОЙ ИТОГОВОЙ АТТЕСТАЦИИ**

**Направление подготовки**

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

**Профиль ОПОП ВО**

«Коммуникационные технологии»

**Форма обучения**

очная, заочная

**Квалификация выпускника бакалавр**

Псков  
2020

Программа рассмотрена и рекомендована к утверждению на заседании кафедры филологии, коммуникаций и РКИ, протокол №11 от 16.06.2022 г.

Зав. кафедрой филологии, коммуникаций и РКИ

 \_\_\_\_\_ Лукьянова С.В.

«16» июня 2022 г.

Обновление рабочей программы дисциплины

На 20\_\_ / 20\_\_ учебный год:  
рабочая программа дисциплины обновлена в соответствии с решением кафедры \_\_\_\_\_, протокол № \_\_ от \_\_\_\_ 20\_\_ г.

На 20\_\_ / 20\_\_ учебный год:  
рабочая программа дисциплины обновлена в соответствии с решением кафедры \_\_\_\_\_, протокол № \_\_ от \_\_\_\_ 20\_\_ г.

На 20\_\_ / 20\_\_ учебный год:  
рабочая программа дисциплины обновлена в соответствии с решением кафедры \_\_\_\_\_, протокол № \_\_ от \_\_\_\_ 20\_\_ г.

## 1. Пояснительная записка

1.1. Программа государственной итоговой аттестации выпускников по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, профиль Коммуникационные технологии, определяет цель, задачи, структуру, содержание, порядок государственной итоговой аттестации, требования к выпускным квалификационным работам и порядку их выполнения, критерии оценки государственного экзамена и защиты выпускной квалификационной работы.

Порядок проведения государственной итоговой аттестации (далее – ГИА), состав и функции государственных экзаменационных комиссий и апелляционных комиссий, особенности проведения ГИА для выпускников из числа лиц с ограниченными возможностями, регламентируется Порядком проведения государственной итоговой аттестации по программам бакалавриата, программам специалитета и программам магистратуры в ФГБОУ ВО «Псковский государственный университет», утверждённым приказом ректора 06.07. 2016 г. № 204 (в редакции приказов от 30.11. 2017 № 392, от 28.12.2019 № 781).

1.2. Целью государственной итоговой аттестации является установление соответствия уровня подготовленности обучающихся к решению профессиональных задач и соответствия их подготовки требованиям федерального государственного образовательного стандарта высшего образования (ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, уровень бакалавриата, утвержден приказом Минобрнауки России от 08.06. 2017 г., № 524) и ОПОП ВО направления подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, профиль Коммуникационные технологии) с оценкой степени указанного соответствия.

1.3. Задачи государственной итоговой аттестации:

– оценить готовность выпускника к решению задач профессиональной деятельности следующих типов:

- организационный;
- маркетинговый.

– оценить готовность решать следующие задачи профессиональной деятельности выпускников:

**организационная деятельность:**

- организация процесса создания коммуникационного продукта;
- участие в процессе выпуска коммуникационного продукта с применением современных информационных и коммуникационных технологий;

**маркетинговая деятельность:**

- организация процесса продвижения коммуникационного продукта;
- участие в процессе продвижения коммуникационного продукта с применением современных информационных и коммуникационных технологий;

– выявить уровень сформированности у выпускника результатов освоения ОПОП, ориентированной на организационный и маркетинговый типы профессиональной деятельности как основные.

Результаты освоения ОПОП ВО определяются приобретаемыми выпускником компетенциями, т.е. его способностью применять знания, умения и личные качества в соответствии с задачами профессиональной деятельности.

Универсальные компетенции:

- способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач (УК-1).
- способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений (УК-2).
- способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде (УК-3).
- способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном (ых) языке (ах) (УК-4).
- способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах (УК-5).
- способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни (УК-6).
- способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности (УК-7).
- способен создавать и поддерживать безопасные условия жизнедеятельности, в том числе при возникновении чрезвычайных ситуаций (УК-8).

Общепрофессиональные компетенции:

- 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-1).
- способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах (ОПК02).
- способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов (ОПК-3).
- способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности (ОПК-4).
- способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования (ОПК-5).

- способен использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии (ОПК-6).

- способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности (ОПК-7).

**Профессиональные компетенции:**

- способен осуществлять проектную деятельность в сфере рекламы и связей с общественностью в соответствии с поставленными проблемами, целями и задачами (ПК-1);

- способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий (ПК-2);

- способен применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и оффлайн (ПК-3);

- способен выполнять производственные задачи по рекламе и связям с общественностью в различных организациях и учреждениях с учетом правовых и этических норм (ПК-4).

- способен выполнять маркетинговые исследования, исследования целевых аудиторий и групп общественности (ПК-5).

<b>Код и наименование компетенции</b>	<b>Код и наименование индикатора достижения компетенции</b>
УК-1. Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	ИУК 1.1. Знает: методы критического анализа и оценки современных научных достижений; основные принципы критического анализа.
	ИУК 1.2. Умеет: получать новые знания на основе анализа, синтеза и других методов; собирать данные по сложным научным проблемам, относящимся к профессиональной области; осуществлять поиск информации и решений на основе экспериментальных действий.
	ИУК 1.3. Владеет: навыками исследования проблем профессиональной деятельности с применением анализа, синтеза и других методов интеллектуальной деятельности; выявления научных проблем и использования адекватных методов для их решения; демонстрации оценочных суждений в решении проблемных профессиональных ситуаций.
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	ИУК 2.1. Знает: юридические основания для представления и описания результатов деятельности; правовые нормы для оценки результатов решения задач; правовые нормы, предъявляемые к способам решения профессиональных задач, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений.
	ИУК 2.2. Умеет: проверять и анализировать нормативную документацию; формулировать в рамках поставленной цели проекта совокупность задач, обеспечивающих ее достижение; выбирать оптимальный способ решения задач, учитывая действующие правовые нормы и имеющиеся

	условия, ресурсы и ограничения.
	ИУК 2.3. Владеет: правовыми нормами в области, соответствующей профессиональной деятельности, разработки и реализации проекта, проведения профессионального обсуждения результатов деятельности.
УК-3. Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	ИУК 3.1. Знает: принципы и механизмы социального взаимодействия; виды и функции межличностного общения; закономерности осуществления деловой коммуникации; принципы и механизмы функционирования команды как социальной группы.
	ИУК 3.2. Умеет: выбирать стратегию социального взаимодействия; осуществлять интеграцию личных и социальных интересов; применять принципы и методы организации командной деятельности.
	ИУК 3.3. Владеет: навыками работы в команде, создания команды для выполнения практических задач, участия в разработке стратегии командной работы; навыками эффективной коммуникации в процессе социального взаимодействия.
УК-4. Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном (ых) языке(ах)	ИУК 4.1. Знает: основные современные коммуникативные средства, в том числе на иностранном (-ых) языке (-ах), используемые в академическом и профессиональном взаимодействии.
	ИУК 4.2. Умеет: создавать на русском и иностранном языке письменные тексты научного и официально-делового стилей речи по профессиональным вопросам; производить редакторскую и корректорскую правку текстов научного и официально-делового стилей речи на русском и иностранном языке.
	ИУК 4.3. Владеет: системой норм русского литературного и иностранного (-ых) языка (-ов); навыками использования языковых средств для достижения профессиональных целей, ведения деловой переписки.
УК-5. Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	ИУК 5.1. Знает: основные категории философии, основы межкультурной коммуникации, закономерности исторического развития России в мировом историко-культурном, религиозно-философском и этико-эстетическом контексте; воспринимает Российскую Федерацию как государство с исторически сложившимся разнообразным этническим и религиозным составом населения и региональной спецификой.
	ИУК-5.2. Умеет: анализировать социокультурные различия социальных групп, опираясь на знание этапов исторического развития России в контексте мировой истории, социокультурных традиций мира, основных философских, религиозных и этических учений.
	ИУК-5.3. Владеет: навыками конструктивного взаимодействия с людьми с учетом их социокультурных особенностей в целях успешного выполнения профессиональных задач и социальной интеграции; сознательного выбора ценностных ориентиров и гражданской позиции; аргументированного обсуждения и

	решения проблем мировоззренческого, общественного и личностного характера; демонстрирует уважительное отношение к историческому наследию и социокультурным традициям своего Отечества и народов мира.
УК-6. Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни	ИУК 6.1. Знает: основные принципы самовоспитания и самообразования, саморазвития и самореализации, использования творческого потенциала собственной деятельности.
	ИУК 6.2. Умеет: демонстрировать умение самоконтроля и рефлексии, позволяющие самостоятельно корректировать обучение по выбранной траектории.
	ИУК 6.3. Владеет: навыками рационального распределения временных ресурсов, построения индивидуальной траектории саморазвития и самообразования в течение всей жизни.
УК-7. Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности	ИУК 7.1. Знает: закономерности функционирования здорового организма; принципы распределения физических нагрузок; нормативы физической готовности по общей физической группе и с учетом индивидуальных условий физического развития человеческого организма; способы пропаганды здорового образа жизни.
	ИУК 7.2. Умеет: поддерживать должный уровень физической подготовленности; грамотно распределить нагрузки; выработать индивидуальную программу физической подготовки, учитывающую индивидуальные особенности развития организма.
	ИУК 7.3. Владеет: методами поддержки должного уровня физической подготовленности; навыками обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности; базовыми приемами пропаганды здорового образа жизни.
УК-8. Способен создавать и поддерживать безопасные условия жизнедеятельности, в том числе при возникновении чрезвычайных ситуаций	ИУК 8.1. Знает: научно обоснованные способы поддерживать безопасные условия жизнедеятельности, в том числе при возникновении чрезвычайных ситуаций; виды опасных ситуаций; способы преодоления опасных ситуаций; приемы первой медицинской помощи; основы медицинских знаний.
	ИУК 8.2. Умеет: создавать и поддерживать безопасные условия жизнедеятельности; различить факторы, влекущие возникновение опасных ситуаций; предотвратить возникновение опасных ситуаций, в том числе на основе приемов по оказанию первой медицинской помощи и базовых медицинских знаний.
	ИУК 8.3. Владеет: навыками по предотвращению возникновения опасных ситуаций; приемами первой медицинской помощи; базовыми медицинскими знаниями; способами поддержания гражданской обороны и условий по минимизации последствий от чрезвычайных ситуаций.
ОПК-1. Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и	ИОПК-1.1. Знает: отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ, нормы русского и иностранного языков,

(или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	особенности иных знаковых систем.
	ИОПК-1.2. Умеет: создавать медиатексты, и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты разных медиасегментов и платформ, нормы русского и иностранного языков, особенности иных знаковых систем в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем.
	ИОПК-1.3. Владеет: навыками создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов 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	ИОПК-2.1. Знает: систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития
	ИОПК-2.2. Умеет: учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов.
	ИОПК-2.3. Владеет: навыками учета тенденций 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	ИОПК-3.1. Знает: достижения и особенности отечественной и мировой культуры.
	ИОПК-3.2. Умеет: использовать достижения отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов.
	ИОПК-3.3. Владеет: навыками использования многообразия 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	ИОПК-4.1. Знает: методы изучения запросов и потребностей общества и аудитории.
	ИОПК-4.2. Умеет: использовать запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности.
	ИОПК-4.3. Владеет: приемами ответа 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	ИОПК-5.1. Знает: совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях.
	ИОПК-5.2. Умеет: осуществлять свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы.

их функционирования, правовых и этических норм регулирования	ИОПК-5.3. Владеет: навыками профессиональной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы.
ОПК-6. Способен использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии	ИОПК-6.1. Знает: основные особенности работы современные технические средств и информационно-коммуникационных технологий.
	ИОПК-6.2. Умеет: отбирать и применять для осуществления профессиональной деятельности необходимое техническое оборудование и программное обеспечение.
	ИОПК-6.3. Владеет: навыками использования в профессиональной деятельности современных технических средств и информационно-коммуникационных технологий.
ОПК-7. Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности	ИОПК-7.1. Знает цеховые принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности.
	ИОПК-7.2. Умеет: отбирать информацию, профессиональные средства и приемы рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом.
	ИОПК-7.3. Владеет: навыками учета эффектов и последствий своей профессиональной деятельности в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом.
ПК-1. Способен осуществлять проектную деятельность в сфере рекламы и связей с общественностью в соответствии с поставленными проблемами, целями и задачами	ИПК - 1.1. Знает: типовые алгоритмы проектной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью.
	ИПК-1.2. Умеет: осуществлять проектную деятельность в сфере рекламы и связей с общественностью в соответствии с поставленными проблемами, целями и задачами.
	ИПК - 1.3. Владеет: навыками проектной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью в соответствии с поставленными проблемами, целями и задачами.
ПК-2. Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	ИПК-2.1. Знает: особенности реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий.
	ИПК-2.2. Умеет: участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий.
	ИПК- 2.3. Владеет: навыками реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий.
ПК-3. Способен применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и оффлайн	ИПК – 3.1. Знает: основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и оффлайн, необходимые для профессиональной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью.
	ИПК – 3.2. Умеет: применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и оффлайн.
	ИПК – 3.3. Владеет: навыками применения в профессиональной деятельности основных технологических

	решений, технических средств, приемов и методов онлайн и оффлайн.
ПК-4. Способен выполнять производственные задачи по рекламе и связям с общественностью в различных организациях и учреждениях с учетом правовых и этических норм	ИПК – 4.1. Знает: правовые и этические нормы в сфере рекламы и связей с общественностью.
	ИПК – 4.2. Умеет: выполнять производственные задачи по рекламе и связям с общественностью в различных организациях и учреждениях с учетом правовых и этических норм.
	ИПК–4.3. Владеет: навыками выполнения производственных задач по рекламе и связям с общественностью в различных организациях и учреждениях с учетом правовых и этических норм.
ПК-5. Способен выполнять маркетинговые исследования, исследования целевых аудиторий и групп общественности	Знает: методы маркетинговых исследований, исследований целевых аудиторий и групп общественности.
	ПК-5.2. Умеет: выполнять маркетинговые исследования, исследования целевых аудиторий и групп общественности.
	ПК-5.3. Владеет: навыками выполнения маркетинговых исследований, исследований целевых аудиторий и групп общественности.

## **2. Структура государственной итоговой аттестации.**

2.1. Государственная итоговая аттестация по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, профиль Коммуникационные технологии, проводится в форме:

- государственного междисциплинарного экзамена по направлению подготовки «Реклама и связи с общественностью»;
- защиты выпускной квалификационной работы в виде ВКР бакалавра.

2.2. Результаты каждого государственного аттестационного испытания определяются оценками «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно». Оценки «отлично», «хорошо», «удовлетворительно» означают успешное прохождение государственного аттестационного испытания.

## **3. Содержание и порядок проведения государственного экзамена**

3.1. Форма проведения государственного экзамена: устная.

3.2. Содержание государственного экзамена

Государственный экзамен по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» охватывает дисциплины теоретической и практической подготовки по соответствующему направлению, а именно «Основы теории коммуникации», «Социология массовых коммуникаций», «Средства массовой информации», «Основы правовых знаний и нормативно-правовое обеспечение профессиональной деятельности», «Копирайтинг», «Имидж организации», «Корпоративные коммуникации», «Медиапланирование», «Новейшие коммуникативные практики», «Мобильные приложения и облачные технологии», «Коммуникационные ивент-технологии», «Работа в социальных сетях», «Проектная деятельность в профессиональной сфере», «Брендинг», «Реклама в коммуникационном процессе», «Фактчекинг», «Достопримечательности как центры формирования туристских дестинаций»,

«Музей как знак культуры», «Материальная культура и быт как объект коммуникации».

### **ПРИМЕРНЫЕ ВОПРОСЫ ДЛЯ ПОДГОТОВКИ К ГОСУДАРСТВЕННОМУ ЭКЗАМЕНУ**

1. Информация как основа становления информационного общества.  
Законодательная база становления информационных технологий
2. Современный социум как система коммуникации
3. Феноменология коммуникации
4. Коммуникация в социуме как структура культурного воспроизводства
5. Понятие общественности: специфика коммуникации
6. Коммуникативная реальность как особое измерение реальности
7. Нравственно-правовые регуляторы социальной коммуникации как условие органичности общественного развития
8. Общественные связи в структуре социальной коммуникации.
9. Сетевые коммуникации и общество
10. Коммуникационные системы как основа социальной жизни
11. Международные и отечественные нормативные документы, организации, регламентирующие коммуникационную деятельность с точки зрения этики
12. Морально-нравственные аспекты коммуникации
13. Культура профессиональной коммуникации в Интернете
14. Медиакоммуникация как системообразующий фактор медиасистемы
15. Типология медиакоммуникации. Виды и формы медиакоммуникации
16. Уровни медиакоммуникации. Модели медиакоммуникации
17. Медиакоммуникация и медиатекст
18. Тенденции трансформации медиакоммуникации и направления изменений медиасистемы
19. Интернет-коммуникация современной медиасистемы
20. Радиовещание, телевещание в Интернете
21. Мобильная журналистика и мобильные медиа в системе СМИ
22. Корпоративные медиа и корпоративная журналистика как специфическая институциональная сфера медиадеятельности
23. Медиакоммуникация рекламы, связей с общественностью.
24. Печать, радиовещание, телевещание, Интернет: коммуникационные характеристики и коммуникативные парадигмы
25. Виртуальность как условие реализации коммуникации в Интернете
26. Характеристики интернет-коммуникации
27. Типология интернет-коммуникации
28. Интерактивность как определяющая коммуникационная характеристика интернет-коммуникации
29. Особенности коммуникации веб 2.0
30. Особенности коммуникации веб 3.0
31. Коммуникационный процесс в Интернете

32. Коммуникативные технологии: разновидности, особенности, методы
33. Понятие мультимедиа. Основные сведения о мультимедийных технологиях
34. Современные медиа как система: понятие, структура, элементы. Характеристики современной медиакommunikации
35. Переход от средств массовой коммуникации к концепции средств массовой коллаборации
36. СМК как сдвоенный рынок информации и услуг
37. Новые виды СМК и новые форматы медиакommunikации
38. Новые форматы взаимодействия СМК и аудитории
39. Интерактивные каналы коммуникации и повышение активности аудитории
40. Просьюмер как актер медиакommunikации и формирование новой типологии аудитории СМК
41. «Гражданские журналисты», блогеры в современной медиакommunikации
42. Теории коммуникации печатных СМИ
43. Теоретические исследования радиокommunikации
44. Телевизионная коммуникация как предмет теоретического изучения.
45. Интернет-коммуникация и сущностные трансформации медиасистемы: новые теоретические концепции
46. Технологии коммуницирования медиа: уровни, типы, виды, форматы  
Новые медиа и формирование сознания
47. Новые медиа: субъектно-объектные отношения власти и общества, актора и потребителя в условиях интегрированных коммуникаций
48. Проблема цифрового гуманизма
49. Медиа-текст как тип текста и элемент коммуникационного процесса.
50. Интернет-гипертекст как коммуникация и процесс intersubjectивного взаимодействия
51. Информационные фреймы и технологии медиафреймирования
52. Связи с общественностью как метасистема социума
53. Коммуникативная компетентность в сфере СО
54. Актуальное проектирование в системе связей с общественностью
55. Проектирование как коммуникационный процесс в системе связей с общественностью
56. Проектирование корпоративного имиджа и контекстное позиционирование в системе связей с общественностью
57. Стратегический менеджмент связей с общественностью как коммуникационный процесс
58. Теоретические аспекты и практика коммуникации СО в коммерческой сфере
59. Специфика связей с общественностью в бизнесе
60. Предметная специфика корпоративной коммуникации в экономической сфере
61. Коммуникация организации в политической сфере

62. Корпоративная коммуникации в некоммерческой сфере
63. Этические и правовые аспекты корпоративной коммуникации
64. Эффективность корпоративной коммуникации связей с общественностью
65. Корпорация как элемент современного дискурса
66. Мировая и российская специфика корпоративной коммуникации СО в различных сферах
67. Коммуникация связей с общественностью в системе стратегического корпоративного управления
68. Участие специалистов связей с общественностью в выработке моделей мотивационной коммуникации
69. Коммуникационные кампании организации как инструмент связей с общественностью
70. Внешние и внутренние стратегии коммуникации СО в формировании и развитии организационной культуры
71. Управление изменениями и корпоративная культура
72. Принципы взаимодействия корпоративных медиа и структур связей с общественностью корпорации
73. Корпоративная журналистика в системе корпоративной коммуникации связей с общественностью
74. Корпоративные медиа и журналистика в формировании лояльности внутренних, смешанных, внешних аудиторий и стратегии связей с общественностью
75. Корпоративная интернет-коммуникация и ресурсы в деятельности СО
76. Коммуникации СО и рекламы в Рунете
77. Корпоративные коммуникации и ресурсы в Рунете
78. Ценности в корпоративной культуре организации
79. Использование технологий медиарилешнз по управлению информацией и соблюдение требований законодательства РФ по особенностям маршрутизации информационных потоков и содержательной модели сообщений.
80. Основные медиа, используемые в брендинговых коммуникациях.
81. Инструменты PR для продвижения бренда
82. Особенности брендинговых коммуникаций в интернете.
83. Коммуникативные технологии брендинга и массовое сознание  
Философские аспекты современной рекламной коммуникации
84. Коммуникации рекламы, связей с общественностью, прямого маркетинга, стимулирования сбыта в ИМК
85. Роль и значение рекламной интернет-коммуникации в обществе
86. Мультимедиаформаты рекламы: видео, аудио, игры, мультфильмы
87. Новые форматы рекламы в Интернете: продакт плейсмент, спонсорство, активность в социальных сетях
88. 3D-миры как ресурс интегрированных коммуникаций и рекламы
89. Латеральная маркетинговая коммуникация. Теоретико-методологические основы латеральной маркетинговой коммуникации

90. Коммуникация связей с общественностью и латеральная маркетинговая коммуникация
91. Нестандартное мышление в маркетинге. Понятие латерального мышления. Понятие латерального маркетинга
92. Рекламная коммуникация и латеральная маркетинговая коммуникация
93. Стратегическое мышление в современной маркетинговой коммуникации
94. Интегрированные маркетинговые коммуникации: медийная составляющая

### 3.3. Порядок проведения государственного экзамена

Государственный междисциплинарный экзамен основан и проводится в семестре VIII.

Билеты утверждаются на заседании выпускающей кафедры, хранятся в запечатанном виде и выдаются студентам непосредственно на экзамене.

Перед экзаменами проводятся обзорные лекции и консультации.

Государственный экзамен начинается в 09.00 утра в соответствии с графиком учебного процесса и расписанием итоговой аттестации, утверждаемым проректором по учебной работе ПсковГУ. Каждый студент на экзамене выбирает билет и готовится к устному ответу в течение 1 часа. Сдача междисциплинарного экзамена проходит на открытом заседании государственной экзаменационной комиссии. Связный ответ студента комиссия выслушивает, задавая при необходимости уточняющие вопросы. В ходе ответа члены ГЭК фиксируют свои впечатления в оценочном листе, где указаны требования к ответу студента, приведённые в программе ГИА, по которым устанавливается соответствие подготовки студента-бакалавра требованиям ФГОС ВО.

После ответов группы экзаменуемых Комиссия на закрытом заседании обсуждает каждый ответ и выставляет коллективную отметку. Ответ оценивается по четырёхбалльной шкале (отлично, хорошо, удовлетворительно, неудовлетворительно). Выставленные отметки сообщаются студентам.

### 3.4. Методические рекомендации для подготовки к государственному экзамену

Государственный междисциплинарный экзамен – это завершающий этап подготовки бакалавра, механизм выявления и оценки результатов учебного процесса и установления соответствия уровня профессиональной подготовки выпускников требованиям ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

Подготовка к экзамену способствует закреплению, углублению и обобщению знаний, получаемых в процессе обучения. Готовясь к государственному экзамену, студент восполняет имеющиеся пробелы в знаниях, углубляет, систематизирует и упорядочивает свои знания. На государственном экзамене студент демонстрирует то, что он приобрел в процессе обучения по программе. При подготовке к государственному междисциплинарному экзамену целесообразно использовать материалы

лекций, практических занятий и семинаров, рабочих программ учебных дисциплин, учебники, учебно-методические пособия, рекомендованную основную и дополнительную литературу.

Особо следует обратить внимание на умение использовать рабочую программу государственного междисциплинарного экзамена.

Студентам также необходимо привести в систему понятийный аппарат сфокусированный на сфере коммуникационной деятельности социального субъекта, позволяющий сполна продемонстрировать сформированные в процессе обучения по программе профессиональные теоретические и практические представления о сложившихся и новых коммуникационных технологиях, а также конкурентном функционировании коммуникационных технологий в digital-среде; обнаружить умение адекватно применять данный понятийный аппарат к ретроспективному и перспективному анализу существа коммуникационных технологий и продуцируемых ими процессов в области общественных связей, рекламы и журналистики; отразить основные теоретические подходы, входящие в предметную область программы государственного экзамена; уметь связывать ответы на экзаменационные вопросы с актуальными тенденциями в сфере, заданной формулировками вопросов.

В ходе подготовки к ответу экзаменационной комиссии студенту необходимо продумать логику, последовательность тезисов и аргументов собственного монологического высказывания по каждому вопросу билета.

Экзаменационный ответ должен характеризоваться следующими качествами: полнота раскрытия тем, с которыми связаны вопросы билетов; четкая структура и логичность ответов; владение необходимой терминологией; четкость в формулировании теоретических положений, определений, использованных понятий; владение необходимой терминологией, детальным описанием процедурного характера коммуникационных технологий; точность наименований теоретических концепций, научных школ, персоналий, приводимых фактов; умение выделить и охарактеризовать актуальную проблему, привести уместные примеры из коммуникативной среды; грамотная речь.

#### 3.4.1. Рекомендуемая литература, в т.ч. из ЭБС

##### а) основная литература, в т.ч. из ЭБС:

1. Бузин В. Н. Медиапланирование. Теория и практика: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Реклама», «Маркетинг», «Психология», «Социология», «Журналистика»/ Бузин В. Н., Бузина Т. С.— Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2017.— 492 с.— ISBN 978-5-238-01769-3. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/81796.html>. — (дата обращения: 18.02.2020). — Режим доступа: для авторизир. пользователей.
2. Основы теории коммуникации: учебник и практикум для академического бакалавриата / под редакцией Т. Д. Венедиктовой, Д. Б. Гудкова; Министерство образования и науки Российской Федерации; Московский государственный

университет имени М. В. Ломоносова. — Москва: Юрайт, 2016 .— 193 с.: ил. — ISBN 978-5-9916-6200-0.

б) дополнительная литература, в т.ч. из ЭБС:

1. Домнин В. Н. Брендинг: учебник и практикум для вузов / В. Н. Домнин. — Москва: Юрайт, 2020. — 411 с. — ISBN 978-5-534-02980-2. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/450648> (дата обращения: 18.03.2020). — Режим доступа: для авторизир. пользователей.

3.4.2. Перечень информационных технологий:

а) программное обеспечение:

Операционная система Windows HOME 10 Russian (OLP NL AcademicEdition Legalization GetGenuine, ООО "БалансСофт Проекты" Договор № 1301 от 26.12.2017)

7-zip (Лицензия GNU LGPL)

Mozilla FireFox (лицензия MPL)

Adobe Acrobat Reader

LibreOffice (лицензия GNU LGPL)

WinDjView Reader (лицензия GPL)

б) информационно-справочные системы:

Российская государственная библиотека [www.rsl.ru](http://www.rsl.ru)

Российская национальная библиотека [www.nlr.ru](http://www.nlr.ru)

Библиотека Академии наук [www.rasl.ru](http://www.rasl.ru)

Библиотека по естественным наукам РАН [www.benran.ru](http://www.benran.ru)

Научная библиотека СПбГУ [www.bio.spbuu.ru/library](http://www.bio.spbuu.ru/library)

3.4.3. Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

1. [www.elibrary.ru](http://www.elibrary.ru) Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU

2. [cyberleninka.ru](http://cyberleninka.ru) – Научная электронная библиотека «КиберЛенинка».

3. [www.iprbookshop.ru](http://www.iprbookshop.ru) – Электронно-библиотечная система «IPRbooks».

4. [www.biblio-online.ru](http://www.biblio-online.ru) – ЭБС «Юрайт».

5. [znanium.com](http://znanium.com) – ЭБС Znanium.

6. [www.studentlibrary.ru](http://www.studentlibrary.ru) – ЭБС «Консультант студента».

7. [e.lanbook.com](http://e.lanbook.com) – Электронно-библиотечная система Издательства «Лань».

4. [www.raso.ru](http://www.raso.ru) – Российская ассоциация связей с общественностью (РАСО): официальный сайт.

5. [corpmedia.ru](http://corpmedia.ru) – Ассоциация директоров по Коммуникациям и корпоративным Медиа России (АКМР): официальный сайт.

6. Ассоциация компаний-консультантов в области связей с общественностью (АКОС): официальный сайт.

7. [spncomms.com](http://spncomms.com) – Агентство SPN Communications: официальный сайт.

8. [www.sovetnik.ru](http://www.sovetnik.ru) – Портал для специалистов по связям с общественностью «Советник».

9. [media bitch.ru](http://media.bitch.ru) – Независимый журнал о PR: официальный сайт.

10. [www.mediascope.ru](http://www.mediascope.ru). – Электронный научный журнал «Медиаскоп» факультета журналистики МГУ им. М. В. Ломоносова: официальный сайт.

11. [www.journ.msu.ru/about/mediatrends/](http://www.journ.msu.ru/about/mediatrends/) – МедиаТренды. Факультет журналистики МГУ им. М. В. Ломоносова: официальный сайт.

3.5. Материально-техническая база для проведения государственного экзамена

Аудитория с выходом в Интернет, оснащенная мультимедийным оборудованием. Демонстрационное оборудование: мобильное мультимедийное оборудование (ноутбук, мультимедиа-проектор, экран, мультимедийная доска с подключением к сети Интернет).

#### **4. Требования к выпускным квалификационным работам**

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

**4.2.** Выпускная квалификационная работа выполняется в виде ВКР бакалавра (бакалаврская работа).

Бакалаврская работа представляет собой законченную самостоятельную учебно-исследовательскую работу, в которой решена конкретная задача, актуальная для коммуникационной сферы в соответствии с видами и задачами профессиональной деятельности. В силу того, что ВКР – это итоговый труд бакалавра, она должна выявить теоретические знания, полученные за годы обучения, продемонстрировать уровень владения методикой исследования при решении разрабатываемых проблем и вопросов в сфере коммуникационных технологий и шире – коммуникационной среде, выяснить степень подготовленности бакалавров к самостоятельной научно-исследовательской деятельности в условиях состояния современной науки о коммуникативистике, пиарологии, рекламе, журналистике, а также научного знания о современных коммуникативных практиках и в целом о сфере коммуникационной деятельности социальных субъектов.

Основой содержания ВКР по коммуникационным технологиям является новый материал или обобщение ранее известных положений с другой научной позиции или в ином аспекте. Отсюда для подготовки ВКР важным элементом учебной деятельности бакалавра является такой вид производственной практики, как «производственная профессионально-творческая практика», формирующей положительную мотивацию к исследовательской деятельности, способствующей развитию научных интересов студентов, стимулирующей, что особенно важно, их потребности в профессиональном и личностном саморазвитии.

В целом к ВКР предъявляются следующие требования:

- исследование проблемы, не получившей достаточного освещения в специальной литературе (либо новый подход к известной научной проблеме) и обладающей бесспорной актуальностью;

- содержание определенного сегмента научного исследования;

- тесная связь цели и задач с решением центральных проблем исследования;
- четкость построения и логическая последовательность изложения материала;
- использование эффективных методов и моделей исследования, релевантных содержанию ВКР;
- наличие аргументации, подкрепленной иллюстративно-аналитическим материалом (таблицы, рисунки, инфографика);
- присутствие обоснованных рекомендаций и выводов.

В процессе работы над ВКР бакалавр решает следующие задачи:

1. Обоснование актуальности и новизны выбранной темы.
2. Демонстрация уровня овладения методологией и методикой исследования при решении разрабатываемых в ВКР проблем и вопросов;
3. Обнаружение умений систематизировать и обобщать теоретический и фактический материал, сопряженный с научной рефлексией предмета исследования.
4. Владение навыками научного анализа стратегий, тенденций, проблем, ситуаций и пр. в теории и практике коммуникационной деятельности социальных субъектов.
5. Изложение собственной точки зрения по дискуссионным вопросам, относящимся к теме исследования.
6. Формулирование выводов и разработка рекомендаций по оптимизации и повышению эффективности функционирования коммуникационных технологий на основе проведенного анализа.
7. Оформление работы в соответствии с требованиями, предъявляемыми к ВКР.

Таким образом, выпускная квалификационная работа представляет собой исследование одной из актуальных проблем современной коммуникативной реальности, коммуникационной деятельности социальных субъектов с присущей ей совокупностью коммуникационных технологий и демонстрирует, во-первых, сформированное современное понимание теоретических парадигм коммуникативистики и возможностей использования научных знаний о коммуникационной сфере на практике, во-вторых, сформированные навыки анализа теоретических и эмпирических материалов для дальнейшего использования в научной и практической деятельности в сфере коммуникаций. Тем самым подготовка ВКР обеспечивает не только углубление и закрепление академической культуры выпускников, но также необходимую совокупность теоретических представлений и практических навыков в избранной области профессиональной деятельности.

По итогам защиты ВКР выставляется оценка по 4-бальной шкале. Результаты защиты выпускных квалификационных работ определяются оценками «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно» и объявляются непосредственно после защиты ВКР и оформления в установленном порядке протоколов заседаний государственной экзаменационной комиссии и заполнения зачетных книжек студентов.

## **5. Фонд оценочных средств (ФОС) государственной итоговой аттестации**

ФОС государственной итоговой аттестации состоит из открытой и закрытой частей.

Открытая часть ФОС государственной итоговой аттестации представлена в данном разделе программы государственной итоговой аттестации и включает в себя:

- перечень компетенций, которыми должен овладеть обучающийся в результате освоения образовательной программы;
- описание индикаторов достижения компетенций, критериев оценивания компетенций, шкалы оценивания;
- типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов освоения образовательной программы;
- методические материалы, определяющие процедуры оценивания результатов освоения образовательной программы.

Закрытая часть ФОС государственной итоговой аттестации разрабатывается в соответствии с Положением о фонде оценочных средств ФГБОУ ВО «Псковский государственный университет», утвержденным приказом ПсковГУ от 27.12.2017 № 450, и является отдельным приложением к программе ГИА.

### **5.1. Фонд оценочных средств государственного экзамена**

5.1.1. В ходе государственного экзамена проверяется освоение выпускниками следующих компетенций:

Универсальные компетенции:

- способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач (УК-1).
- способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений (УК-2).
- способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде (УК-3).
- способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном (ых) языке (ах) (УК-4).
- способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах (УК-5).
- способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни (УК-6).
- способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности (УК-7).
- способен создавать и поддерживать безопасные условия жизнедеятельности, в том числе при возникновении чрезвычайных ситуаций (УК-8).

Общепрофессиональные компетенции:

- 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-1).
- способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах (ОПК02).
- способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов (ОПК-3).
- способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности (ОПК-4).
- способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования (ОПК-5).
- способен использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии (ОПК-6).
- способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности (ОПК-7).

Профессиональные компетенции:

- способен осуществлять проектную деятельность в сфере рекламы и связей с общественностью в соответствии с поставленными проблемами, целями и задачами (ПК-1);
- способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий (ПК-2);
- способен применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и оффлайн (ПК-3);
- способен выполнять производственные задачи по рекламе и связям с общественностью в различных организациях и учреждениях с учетом правовых и этических норм (ПК-4).
- способен выполнять маркетинговые исследования, исследования целевых аудиторий и групп общественности (ПК-5).

5.1.2. Описание индикаторов достижения компетенций, критериев оценивания компетенций, шкалы оценивания.

Описание индикаторов достижения компетенций, критериев оценивания компетенций, шкалы оценивания представлены в приложении 5.2. к основной профессиональной образовательной программе.

5.1.3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов освоения образовательной программы в ходе государственного (междисциплинарного) экзамена.

Государственный экзамен по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью проводится по билетам, содержащим 2 теоретических вопроса, – составленным в соответствии с учебным планом и программами учебных дисциплин. Каждый вопрос оценивается по 4-балльной шкале.

### **Пример экзаменационного билета**

---

Министерство образования и науки Российской Федерации  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
**«Псковский государственный университет»**  
Кафедра филологии, коммуникаций и русского языка как иностранного

#### **Экзаменационный билет № 1**

Дисциплина **Государственный (междисциплинарный) экзамен  
по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью  
профиль «Коммуникационные технологии»**

1. Коммуникативная реальность как особое измерение реальности
2. Стратегическое мышление в современной маркетинговой коммуникации

Составил (и): \_\_\_\_\_ /Л. А. Капитанова/

Утверждаю: зав. кафедрой

филологии, коммуникаций и РКИ \_\_\_\_\_ /С. В. Лукьянова/

Дата: «\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_

---

5.1.4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания результатов освоения образовательной программы в ходе государственного (междисциплинарного) экзамена

#### **Пример шкалы оценивания устного ответа на государственном экзамене**

При проведении государственного (междисциплинарного) экзамена по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» в устной форме устанавливаются следующие критерии оценивания знаний студентов:

##### **Оценка «отлично»**

– за глубокие знания всего материала программы подготовки, понимание сущности и взаимосвязи рассматриваемых процессов и явлений в сфере коммуникаций;

– корректное употребление концептов и методологического инструментария, знакомство с оригинальными работами представителей науки

и смежных дисциплин, владение основными положениями смежных дисциплин;

- сформированность и устойчивость компетенций;
- способность творчески применять знание теории к решению профессиональных задач;

- логически последовательные, содержательные, полные, конкретные ответы на все вопросы экзаменационного билета и дополнительные вопросы членов государственной экзаменационной комиссии; допускаются одна-две неточности при освещении второстепенных вопросов, которые исправляются по замечания члена (ов) государственной экзаменационной комиссии;

- использование в необходимой мере в ответах на вопросы материалов всей рекомендованной литературы, учебной и научной.

#### **Оценка «хорошо»**

- за достаточно полные знания всего материала программы подготовки, понимание сущности и взаимосвязи рассматриваемых процессов и явлений в сфере коммуникаций;

- корректное употребление концептов и методологического инструментария науки; логически последовательные, содержательные, конкретные ответы на поставленные вопросы при свободном устранении замечаний по отдельным вопросам;

- продемонстрировано умение анализировать материал, однако не все выводы носят аргументированный и доказательный характер;

- использование в ответах на вопросы материалов основной литературы, учебной и научной.

- в целом ответ удовлетворяет требованиям на оценку «отлично», но при этом имеет один из недостатков:

- в изложении допущены небольшие пробелы, не искажившие содержание ответа;

- допущены один-два недочета при освещении основного содержания ответа, исправленные по замечанию экзаменаторов;

- допущены ошибка или более двух недочетов при освещении второстепенных вопросов, которые легко исправляются по замечанию экзаменаторов.

#### **Оценка «удовлетворительно»**

- за знание и понимание основных вопросов программы подготовки;

- неполное или непоследовательное раскрытие содержания материала, однако показано общее понимание вопроса и продемонстрированы умения, достаточные для дальнейшего усвоения материала;

- усвоение основных категорий по основным и дополнительным вопросам;

- наличие затруднений или ошибок в определении понятий, использовании терминологии, исправленных после нескольких наводящих вопросов;

- недостаточная сформированность компетенций;

- затруднения в применении теоретического знания к решению профессиональных задач;

– продемонстрировано усвоение основной литературы.

#### **Оценка «неудовлетворительно»**

– за грубые ошибки в ответе, непонимание сущности излагаемых вопросов, неточные ответы на дополнительные вопросы;

– обнаружение незнания или непонимания большей или наиболее важной части учебного материала;

– допущение ошибок в определении понятий, при употреблении терминологии, не исправленные после нескольких наводящих вопросов экзаменаторами;

– несформированность компетенций.

## **5.2. Фонд оценочных средств защиты выпускной квалификационной работы**

5.2.1. В рамках защиты выпускной квалификационной работы проверяется степень освоения выпускниками следующих компетенций:

Универсальные компетенции:

- способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач (УК-1).

- способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений (УК-2).

- способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде (УК-3).

- способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном (ых) языке (ах) (УК-4).

- способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах (УК-5).

- способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни (УК-6).

- способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности (УК-7).

- способен создавать и поддерживать безопасные условия жизнедеятельности, в том числе при возникновении чрезвычайных ситуаций (УК-8).

Общепрофессиональные компетенции:

- 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-1).

- способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах (ОПК02).

- способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов (ОПК-3).
- способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности (ОПК-4).
- способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования (ОПК-5).
- способен использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии (ОПК-6).
- способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности (ОПК-7).

Профессиональные компетенции:

- способен осуществлять проектную деятельность в сфере рекламы и связей с общественностью в соответствии с поставленными проблемами, целями и задачами (ПК-1);
- способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий (ПК-2);
- способен применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и оффлайн (ПК-3);
- способен выполнять производственные задачи по рекламе и связям с общественностью в различных организациях и учреждениях с учетом правовых и этических норм (ПК-4).
- способен выполнять маркетинговые исследования, исследования целевых аудиторий и групп общественности (ПК-5).

5.2.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций, шкалы оценивания

Описание индикаторов достижения компетенций, критериев оценивания компетенций, шкалы оценивания представлены в приложении 5.2. к основной профессиональной образовательной программе.

Оценивание сформированности компетенций выпускника осуществляется:

- государственной экзаменационной комиссией (в процессе защиты ВКР);
- рецензентом (рецензент оценивает качество выполнения ВКР по определённым критериям, отмечает достоинства и недостатки работы);
- руководителем ВКР (в отзыве; оценивает умения и навыки выпускника и отмечает достоинства и недостатки).

При оценивании сформированности компетенций по освоению ОПОП используется, как правило, традиционная шкала.

Для каждого оценочного средства определены унифицированные критерии оценивания и их соответствие традиционной шкале. При необходимости допускается использование балльной шкалы.

При оценивании защиты выпускной квалификационной работы государственной экзаменационной комиссией учитываются результаты проверки ВКР на объем заимствования («антиплагиат»).

5.2.3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов освоения образовательной программы в ходе защиты выпускной квалификационной работы

Обязательное условие публичной защиты выпускной квалификационной работы – ее **визуальная презентация**, дополняющая и обогащающая текстовый материал доклада студента, ибо презентация не является как бы зрительным «эхом» его выступления, но обладает самостоятельным «сюжетом», углубляющим-укрупняющим-акцентирующим основные позиции ВКР и в итоге составляющим вместе с защитной речью выпускной квалификационной работы своеобразный контрапункт, существенно увеличивающий и упрочивающий интеллектуальный «заряд» выпускного исследования.

### **Примерная тематика ВКР**

1. Новые коммуникативные практики в российских городах
2. Новые коммуникационные практики в сфере управления политико-коммуникативными процессами
3. Виртуальная реальность в Интернете и новые практики социальной коммуникации
4. Свобода слова в Интернете: теория и практика
5. Электронная почта как ресурс коммуникации
6. Интранет как ресурс формирования корпоративной культуры
7. Сайт как инструмент коммуникации
8. Особенности коммуникации в виртуальных мирах
9. Коммуникационные риски в социуме XXI века
10. Инновативные тенденции, качественные изменения параметров общества и футурологические проекции коммуникации
11. Виртуальные личности Интернета и проблемы виртуальной и реальной коммуникации
12. Мультимедийность как характеристика мира постмодерна
13. Понятие идеального коммуникативного сообщества и реалии дискурса XXI века
14. Особенности коммуникативной личности в текстах связей с общественностью
15. Профессиональные конкурсы как фактор повышения эффективности корпоративной коммуникации
16. Корпоративная коммуникация связей с общественностью в коммуникационном интегрированном миксе

17. Лидерство и коммуникационные технологии связей с общественностью в формировании целостной гармоничной корпоративной среды
18. Творчество в латеральном маркетинге
19. Латеральный маркетинг и интеграция коммуникации в Интернете
20. Латеральный маркетинг в Интернете
21. Феноменология коммуникационных технологий
22. Мифогенез в системе коммуникационных технологий
23. Коммуникационные технологии продвижения массового искусства
24. Коммуникационные технологии лидерства
25. Government relation (GR) как коммуникационная технология и коммуникативно-технологический процесс
26. Геймификация (игровые коммуникационные технологии) в рекламе
27. Краудфандинг как коммуникационная технология деятельности НКО
28. Сторителлинг как коммуникационная технология
29. Современные тренды регулирования коммуникационных технологий: единое цифровое пространство и автономия Рунета
30. Технологические коммуникационные тренды и конкурентные стратегии брендов (на примере ...)
31. Технологии сетевого продвижения: трансформация традиционных жанров и форматов в цифровой среде
32. Телевидение и Интернет: конвергенция технологий
33. Коммуникационные технологии повышения лояльности внутренней аудитории в деловых и предпринимательских сообществах
34. Коммуникационные технологии продвижения городского печатного СМИ

5.2.4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания результатов ОПОП в ходе защиты выпускной квалификационной работы.

#### **Шкалы оценивания выпускной квалификационной работы**

Оценка	Критерии оценки
Отлично	Актуальность проблемы обоснована теоретическим и практическим анализом состояния коммуникационных процессов в социуме. Показана значимость проведенного исследования в решении научных проблем: найдены и апробированы эффективные варианты решения задач, значимых как для теории, так и для практики. Грамотно представлено теоретико-методологическое обоснование ВКР, четко сформулирован авторский замысел исследования, отраженный в понятийно-категориальном аппарате; обоснована научная новизна, теоретическая и практическая значимость выполненного исследования, обусловленная высоким профессиональным уровнем квалификационной работы. Текст ВКР отличается высоким уровнем научности, четко прослеживается логика исследования, корректно дается

	критический анализ существующих исследований, автор доказательно обосновывает свою точку зрения.
Хорошо	Достаточно полно обоснована актуальность исследования, предложены варианты решения исследовательских задач, имеющих конкретную область применения в сфере коммуникационной деятельности. Доказано отличие полученных результатов исследования от уже имеющихся в науке. Для обоснования исследовательской позиции взята за основу конкретная теоретическая концепция. Обозначен терминологический аппарат, определены методы и средства научного исследования. Вместе с тем в работе отсутствует должное научное обоснование идеи и целевых характеристик предпринятого исследования, соответствующая его «статусу» аргументация основных положений и выводов. Нечетко сформулированы научная новизна и теоретическая значимость работы. Основной текст ВКР изложен в единой логике, в основном соответствует требованиям научности и конкретности, однако имеет место ряд недостаточно обоснованных позиций концепта работы.
Удовлетворительно	Актуальность исследования обоснована недостаточно. Методологические подходы и целевые характеристики исследования определены нечетко, однако полученные в процессе исследования результаты не противоречат закономерностям коммуникационной деятельности социальных субъектов. Представлено грамотное технологическое описание последовательности применяемых исследовательских методов, приемов, форм, тем не менее, выбор методов исследования не обоснован. Полученные результаты не обладают научной новизной и не имеют теоретической значимости. В тексте ВКР имеются нарушения логики изложения, допущены неточности в трактовке основных понятий исследования.
Неудовлетворительно	Актуальность выбранной темы обоснована поверхностно. Имеются несоответствия между поставленными задачами и положениями, выносимыми на защиту. Теоретико-методологические основания исследования раскрыты слабо. Понятийно-категориальный аппарат не в полной мере соответствует заявленной теме. Отсутствуют научная новизна, теоретическая и практическая значимость полученных результатов. Выводам по результатам исследования не достает аргументированности и самостоятельности суждений. Текст работы не отличается логичностью изложения, носит эклектичный характер, вследствие чего не позволяет проследить позицию автора по исследуемой проблеме.

## **6. Проведение государственной итоговой аттестации для лиц с ограниченными возможностями здоровья**

6.1. Для обучающихся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья государственная итоговая аттестация проводится с учетом их психофизического развития, индивидуальных особенностей и состояния здоровья в соответствии с пунктами 6.1 – 6.5 Порядка проведения государственной итоговой аттестации по программам бакалавриата, программам специалитета и программам магистратуры в ФГБОУ ВО «Псковский государственный университет», утвержденного приказом от 06.07.2016 № 204 (в редакции приказа от 30.11.2017 № 392).

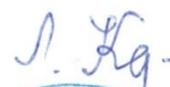
### **Разработчики:**

Профессор кафедры филологии,  
коммуникаций и русского языка  
как иностранного

### **Эксперты:**

Директор АНО («Издательский дом»)  
«Медиа 60»

Доцент кафедры отечественной истории  
ПсковГУ

 Л.А. Капитанова



А.Ю. Машкарин

В.В. Фролов