

МИНОБРНАУКИ РОССИИ



Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«**Российский государственный гуманитарный университет**»  
(ФГБОУ ВО «РГГУ»)

ИНСТИТУТ МАССМЕДИА И РЕКЛАМЫ

ФАКУЛЬТЕТ РЕКЛАМЫ И СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

Кафедра теории и практики общественных связей

**ПРОГРАММА  
ГОСУДАРСТВЕННОЙ ИТОГОВОЙ АТТЕСТАЦИИ**

---

**42.04.01 – Реклама и связи с общественностью**

*Код и наименование направления подготовки/специальности*

---

**Медiateхнологии в современной коммуникативной индустрии**

*Наименование направленности (профиля)/ специализации*

Уровень высшего образования: **магистратура**

Форма обучения: **очная**

Программа адаптирована для лиц  
с ограниченными возможностями  
здоровья и инвалидов

Москва 2023

**Программа государственной итоговой аттестации**

Составители:

*Доктор филос. н. профессор кафедры теории и практики общественных связей Клягин С.В.*

*Канд. филос. н, доцент кафедры теории и практики общественных связей Ольшанская Е.В.*

*Канд. пол. наук, доцент кафедры теории и практики общественных связей Жукова Е.Н.*

Ответственный редактор:

*доктор. филос. наук, профессор, заведующий кафедрой теории и практики общественных связей С.В. Клягин*

УТВЕРЖДАЮ

Руководитель ОПОП ВО



С.В. Клягин

Дата 14.04.2023г.

СОГЛАСОВАНО:

Заведующий кафедрой теории и практики общественных связей



С.В. Клягин

14.04.2023г.

## 1. Общие положения

**1.1.** Целью государственной итоговой аттестации выпускников является определение соответствия результатов освоения обучающимися основной профессиональной образовательной программы требованиям федерального государственного образовательного стандарта (ФГОС ВО) по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью.

**1.2.** Формами государственной итоговой аттестации являются:

- Государственный экзамен
- Защита выпускной квалификационной работы (далее - ВКР).

**1.3.** Виды профессиональной деятельности выпускников и соответствующие им задачи профессиональной деятельности:

- *научно-исследовательская*: проведение научного исследования в сфере рекламы и связей с общественностью на основе самостоятельно разработанной или адаптированной методологии и методик;
- *авторская*: осуществление авторской деятельности любого уровня сложности в сфере рекламы и связей с общественностью;
- *производственно-технологическая*: системное выстраивание производственного процесса выпуска коммуникационного продукта с применением современных информационных технологий;
- *проектно-аналитическая*: создание концепции, планирование реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью.

–

**1.4.** Перечень компетенций, которыми должны овладеть обучающиеся в результате освоения образовательной программы высшего образования

Код	Наименование компетенции	Вид государственного испытания, в ходе которого проверяется сформированность компетенции	
		государственный экзамен	защита ВКР
<b>Универсальные компетенции (УК)</b>			
УК-1	Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, выработать стратегию действий	+	
УК-2	Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла	+	
УК-3	Способен организовывать и руководить работой команды, выработывая командную стратегию для достижения поставленной цели	+	
УК-4	Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия	+	
УК-5	Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия	+	

УК-6	Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки	+	
<b>Общепрофессиональные компетенции (ОПК)</b>			
ОПК 1	Способен планировать, организовывать и координировать процесс создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, отслеживать и учитывать изменение норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем	+	
ОПК 2	Способен анализировать основные тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	+	
ОПК 3	Способен анализировать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	+	
ОПК 4	Способен анализировать потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты	+	
ОПК 5	Способен для принятия профессиональных решений анализировать актуальные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	+	
ОПК 6	Способен отбирать и внедрять в процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии	+	
ОПК 7	Способен оценивать и прогнозировать возможные эффекты в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности	+	
<b>Профессиональные компетенции по видам деятельности (ПК)</b>			
<b><i>проектно-аналитическая деятельность</i></b>			
ПК 1	Способен осуществлять проектно-аналитическую деятельность с учетом специфики профессиональной сфер		+
<b><i>авторская деятельность</i></b>			
ПК 2	Способен осуществлять авторскую деятельность по созданию текста рекламы и		+

	связей с общественностью и (или) иного коммуникационного продукта любого уровня сложности с учетом специфики коммуникационных задач и имеющегося мирового и отечественного опыта		
<b>производственно-технологическая деятельность</b>			
ПК 3	Способен применять в профессиональной деятельности комплекс современных технологических решений, технических средств, приемов и методов онлайн и офлайн коммуникаций		+
<b>научно-исследовательская деятельность</b>			
ПК 4	Способен проводить научное исследование в сфере рекламы и связей с общественностью		+

## 2. Программа государственного экзамена

### 2.1. Содержание экзамена

#### Часть 1. Анализ монографии

1. Благов Ю. Е. Корпоративная социальная ответственность. Эволюция концепции. М.: Высшая школа менеджмента, 2015. 272 с.
2. Глазова Л. Зачем пиарщику линейка? Советы по измерениям коммуникаций. М.: Альпина Паблишер, 2021. 168 с.
3. Дебрэ Р. Введение в медиологию. – М.: Практикс, 2010. – 368 с.
4. Кастельс М. Власть коммуникации / под науч. ред. А.И. Черных. М. : Изд. дом Высшей школы экономики, 2016. 564 с.
5. Ловинк Г. Критическая теория интернета. Москва: Ад Маргинем Пресс, 2019. 304 с.
6. Лотман Ю.М. Культура и взрыв. М.: Гнозис, 1992. 272 с.
7. Маккуайр С. Геомедиа. М.: Strelka Press, 2018. 266 с.
8. Маклюэн М. Понимание Media: Внешние расширения человека. М.: Канон-Пресс-Ц, Кучково поле, 2003. 464 с.
9. Мейер Э. Карта культурных различий. Как люди думают, руководят и добиваются целей в международной среде. М., 2019. 282 с.
10. Мортон Т. Гиперобъекты: Философия и экология после конца мира. Пермь: Гиле Пресс, 2019. 284 с.
11. Общество знаниевых кочевников / под ред. Джона У. Моравеца. – Томск: Издательский Дом Томского государственного университета, 2018. 346 с.
12. Пригожин И., Стенгерс И. Порядок из хаоса. Новый диалог человека с природой. М.: Прогресс, 1986.
13. Урри Дж. Социология за пределами обществ. Виды мобильности для XXI столетия. М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2012. 335 с.
14. Франкель Н. Партнерство и спонсорство в event-индустрии. Игра в долгую. СПб: Питер, 2021. 240 с.
15. Степин В.С. Теоретическое знание. М., Прогресс, 2000. 800 с.

#### Часть 2. Теоретические вопросы

1. Коммуникативные науки как научно-образовательная и профессионально-практическая область.
2. Языки современных медиа.
3. Формы и виды практик копирайтинга.
4. Средства визуальной коммуникации в рекламе и связях с общественностью.

5. Межкультурное взаимодействие: основные теории и модели.
6. Характеристика собственных, платных, вирусных и заработанных медиа. Этапы подготовки медиаплана.
7. Типология коммуникационных решений: технология, проект, кампания. Возможности и ограничения применения в условиях стабильной и нестабильной экономической ситуации.
8. Коммуникативные стратегии в области рекламы и связей с общественностью: понятие, актуальные тенденции построения и реализации.
9. Корпоративная социальная ответственность: содержание, уровни реализации, основные модели.
10. Феномен медиа: теоретические смыслы и практические интерпретации.
11. Медиальность и медиатизация социальной реальности.
12. Реальность как социально-коммуникативный конструкт.
13. Понятие о культурно-исторической динамике науки.
14. Классическая и неклассическая рациональность в изучении социальной коммуникации.
15. Двухуровневая диалогическая модель теории коммуникации и ее методологическое значение для коммуникативной индустрии.
16. Основные этапы прикладного исследования в профессиональной сфере
17. Перспективные направления и проекты исследовательско-аналитической деятельности в профессиональной сфере.
18. Классификации и типологии знаний. Общество знаний и его прикладные возможности в коммуникативной индустрии.
19. Современная медиаиндустрия: структура, продукция, основные тренды.
20. Информационная безопасность: защита информации и защита от информации
21. Профессиональные рекламные и PR-ассоциации, сообщества: перспективы взаимодействия с ними в практической деятельности.
22. Практики взаимодействия с медиа в коммуникативной профессии.
23. Практики взаимодействия организации (предприятия) с приоритетными общественными группами.
24. Исследовательская деятельность в рекламе и связях с общественностью.
25. Концепция интегрированных коммуникаций: основные варианты ее практической реализации.
26. Медиатехнологии в развитии территорий.
27. Этические основания деятельности специалиста по коммуникациям.
28. Креативный продукт в медиатехнологиях: социально-культурные и технологические аспекты.
29. Семиотические инструменты в современных медиатехнологиях.
30. Медиатехнологии сопровождения мероприятий.

## 2.2. Оценочные материалы для проведения государственного экзамена

### 2.2.1. Описание показателей, критериев и шкалы оценивания

Оценка	Критерии оценки
отлично	выставляется студенту, который глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, грамотно и логически стройно его излагает, демонстрируя связь теории с практикой. При этом студент не затрудняется с ответом при видоизменении задания, свободно справляется с практическими задачами, дополнительными вопросами и другими видами контроля знаний, проявляет знакомство с монографической литературой, правильно обосновывает принятые решения, владеет разносторонними навыками и приемами решения практических задач.

хорошо	выставляется студенту, который твердо знает программный материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская ошибок и существенных неточностей в ответе на вопрос, правильно применяет теоретические положения при решении практических вопросов и задач, владеет необходимыми приемами их решения. Причиной снижения балла могут быть отсутствие ответа на один дополнительный вопрос и неточности или погрешности в использовании профессиональных терминов и понятий.
удовлетворительно	выставляется студенту, который имеет знания только основного материала, но не усвоил его детали, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушения последовательности в изложении программного материала и испытывает трудности при выполнении практических заданий и ответе на дополнительные вопросы. Причиной снижения баллов за ответ может быть отсутствие ответа на один вопрос билета, или на дополнительные вопросы, а также не в полной мере владение профессиональной лексикой.
неудовлетворительно	выставляется студенту, который не усвоил значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большим затруднением решает практические задачи, не умеет обосновать принятые решения и не владеет профессиональными терминами.

## 2.2.2. Типовые контрольные задания или иные материалы

### Часть 1. Анализ монографии

1. Благоев Ю. Е. Корпоративная социальная ответственность. Эволюция концепции. М.: Высшая школа менеджмента, 2015. 272 с.
2. Глазова Л. Зачем пиарщику линейка? Советы по измерениям коммуникаций. М.: Альпина Паблишер, 2021. 168 с.
3. Дебрэ Р. Введение в медиологию. – М.: Праксис, 2010. – 368 с.
4. Кастельс М. Власть коммуникации / под науч. ред. А.И. Черных. М. : Изд. дом Высшей школы экономики, 2016. 564 с.
5. Ловинк Г. Критическая теория интернета. Москва: Ад Маргинем Пресс, 2019. 304 с.
6. Лотман Ю.М. Культура и взрыв. М.: Гнозис, 1992. 272 с.
7. Маккуайр С. Геомедиа. М.: Strelka Press, 2018. 266 с.
8. Маклюэн М. Понимание Media: Внешние расширения человека. М.: Канон-Пресс-Ц, Кучково поле, 2003. 464 с.
9. Мейер Э. Карта культурных различий. Как люди думают, руководят и добиваются целей в международной среде. М., 2019. 282 с.
10. Мортон Т. Гиперобъекты: Философия и экология после конца мира. Пермь: Гиле Пресс, 2019. 284 с.
11. Общество знаниевых кочевников / под ред. Джона У. Моравеца. – Томск: Издательский Дом Томского государственного университета, 2018. 346 с.
12. Пригожин И., Стенгерс И. Порядок из хаоса. Новый диалог человека с природой. М.: Прогресс, 1986.
13. Урри Дж. Социология за пределами обществ. Виды мобильности для XXI столетия. М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2012. 335 с.

14. Франкель Н. Партнерство и спонсорство в event-индустрии. Игра в долгую. СПб: Питер, 2021. 240 с.
15. Степин В.С. Теоретическое знание. М., Прогресс, 2000. 800 с.

## **Часть 2. Теоретические вопросы**

1. Коммуникативные науки как научно-образовательная и профессионально-практическая область.
2. Языки современных медиа.
3. Формы и виды практик копирайтинга.
4. Средства визуальной коммуникации в рекламе и связях с общественностью.
5. Межкультурное взаимодействие: основные теории и модели.
6. Характеристика собственных, платных, вирусных и заработанных медиа. Этапы подготовки медиаплана.
7. Типология коммуникационных решений: технология, проект, кампания. Возможности и ограничения применения в условиях стабильной и нестабильной экономической ситуации.
8. Коммуникативные стратегии в области рекламы и связей с общественностью: понятие, актуальные тенденции построения и реализации.
9. Корпоративная социальная ответственность: содержание, уровни реализации, основные модели.
10. Феномен медиа: теоретические смыслы и практические интерпретации.
11. Медиальность и медиатизация социальной реальности.
12. Реальность как социально-коммуникативный конструкт.
13. Понятие о культурно-исторической динамике науки.
14. Классическая и неклассическая рациональность в изучении социальной коммуникации.
15. Двухуровневая диалогическая модель теории коммуникации и ее методологическое значение для коммуникативной индустрии.
16. Основные этапы прикладного исследования в профессиональной сфере.
17. Перспективные направления и проекты исследовательско-аналитической деятельности в профессиональной сфере.
18. Классификации и типологии знаний. Общество знаний и его прикладные возможности в коммуникативной индустрии.
19. Современная медиаиндустрия: структура, продукция, основные тренды.
20. Информационная безопасность: защита информации и защита от информации.
21. Профессиональные рекламные и PR-ассоциации, сообщества: перспективы взаимодействия с ними в практической деятельности.
22. Практики взаимодействия с медиа в коммуникативной профессии.
23. Практики взаимодействия организации (предприятия) с приоритетными общественными группами.
24. Исследовательская деятельность в рекламе и связях с общественностью.
25. Концепция интегрированных коммуникаций: основные варианты ее практической реализации.
26. Медиатехнологии в развитии территорий.
27. Этические основания деятельности специалиста по коммуникациям.
28. Креативный продукт в медиатехнологиях: социально-культурные и технологические аспекты.
29. Семиотические инструменты в современных медиатехнологиях.
30. Медиатехнологии сопровождения мероприятий.

### **2.2.3. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания результатов**



## освоения образовательной программы

Итоговый междисциплинарный экзамен проводится в устной форме. На подготовку к ответу по билету выпускнику дается 40 минут, в течение которых можно написать тезисы ответа на специальных листах, выданных вместе с билетом. Тезисы должны быть написаны понятным почерком с указанием фамилии выпускника и его подписью. На дополнительные вопросы в процессе ответа выпускник отвечает без подготовки.

Результаты итогового государственного междисциплинарного экзамена определяются оценками «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

Члены Государственной экзаменационной комиссии выставляют оценки «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно за ответы студента по каждому вопросу билета и каждому дополнительному вопросу. На закрытом заседании Государственной экзаменационной комиссии обсуждается характер ответов студента, персональные оценки и выставляется согласованная итоговая оценка по каждому выпускнику. В случае расхождения мнений членов Государственной экзаменационной комиссии по итоговой оценке на основе оценок, поставленных членами комиссии, решение ГЭК принимается простым большинством голосов. При равном числе голосов, голос председателя комиссии является решающим.

Результаты государственного экзамена определяются оценками и объявляются студентам после окончания работы ГЭК в день экзамена и заносятся в зачетную книжку и ведомость. Кроме того, результаты экзамена фиксируются в протоколе заседания ГЭК.

Студенты, не явившиеся на государственный экзамен по уважительной причине (по медицинским показаниям или в других исключительных случаях, документально подтвержденных), могут быть допущены к экзамену распоряжением декана факультета на основании заявления студента с визой проректора по учебной работе в сроки, определяемые приказом ректора (проректора), но не позднее, чем за месяц до защиты выпускной квалификационной работы.

Оценка, выставленная ГЭК, окончательная. Передача госэкзамена с целью повышения оценки не допускается. Студенты, получившие на государственном экзамене оценку «неудовлетворительно» или не явившиеся на экзамен без уважительной причины, к защите выпускной квалификационной работы не допускаются и отчисляются из университета, как окончившие теоретический курс обучения.

Междисциплинарный государственный экзамен принимает Государственная экзаменационная комиссия (ГЭК). К началу экзамена должны быть подготовлены:

- копия приказа о составе государственной экзаменационной комиссии;
- копия приказа о допуске к государственной итоговой аттестации;
- программа государственной итоговой аттестации;
- экзаменационные билеты;
- зачетные книжки;
- список студентов, сдающих экзамен в соответствующий день;
- бланки протоколов сдачи экзамена;
- чистая бумага со штампом РГГУ
- нормативные документы (Конституция РФ, Закон о СМИ и др.).

Экзаменационный билет содержит два вопроса из разных разделов программы. Эти вопросы отражают содержание дисциплин, вынесенных на междисциплинарный государственный экзамен, и носят междисциплинарный характер. Основные формулировки экзаменационных вопросов опираются на контрольные вопросы по дисциплинам экзамена, которые указаны в Программе госэкзамена. Ответы на эти вопросы должны демонстрировать уровень теоретической и профессиональной подготовки выпускника, самостоятельность его мышления, владение профессиональными знаниями и профессиональной лексикой.

Максимальное время на подготовку к ответу – 40 минут.

В ходе экзамена студенты имеют право пользоваться данной программой, законодательными и правовыми актами Российской Федерации и местных органов власти. Не допускается использование конспектов, справочной, профессиональной и учебной литературы; электронных средств (мобильных телефонов, планшетов, ноутбуков и т.п.). В случае нарушения указанных правил студент удаляется с экзамена и получает оценку «неудовлетворительно».

Члены Государственной экзаменационной комиссии имеют право задавать студентам дополнительные вопросы в рамках вопросов билета.

### 2.3. Учебно-методическое и информационное обеспечение государственного экзамена

1. Адамьянц, Т. З. Социальные коммуникации: учебник для вузов / Т. З. Адамьянц. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 200 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-06898-6. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/516353>
2. Аникин Б.А. Аутсорсинг и аутстаффинг: высокие технологии менеджмента: учеб. Пособие / Б.А. Аникин, И.Л. Рудая. М.: Инфра-М, 2019. 330 с. URL: <https://new.znaniy.com/catalog/product/1031919>
3. Боголюбова, Н. М. Межкультурная коммуникация: учебник для вузов / Н. М. Боголюбова, Ю. В. Николаева. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 582 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-16204-2. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/530613>
4. Даутова, О.Б. Образовательная коммуникация: традиционные и инновационные технологии: учебно-метод. пособие / О.Б. Даутова. — Санкт-Петербург: КАРО, 2018. — 176 с. — (Петербургский вектор внедрения ФГОС ООО). - ISBN 978-5-9925-1360-8. - Текст: электронный. - URL: <https://new.znaniy.com/catalog/product/1044068>
5. Дзялошинский, И. М. Современный медиатекст. Особенности создания и функционирования: учебник для вузов / И. М. Дзялошинский, М. А. Пильгун. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 345 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11621-2. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/517871>
6. Зельдович, Б. З. Медиаменеджмент: учебник для вузов / Б. З. Зельдович. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 293 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11729-5. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/518357>
7. Емельянова, И. Н. Основы научной деятельности студента. Магистерская диссертация: учебное пособие для вузов / И. Н. Емельянова. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 115 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-09444-2. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/494080>
8. Информационная безопасность и защита информации: учеб. пособие / Баранова Е.К., Бабаш А.В. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва: РИОР: ИНФРА-М, 2019. — 322 с. — (Высшее образование). — [www.dx.doi.org/10.12737/11380](http://www.dx.doi.org/10.12737/11380). - Текст: электронный. - URL: <https://new.znaniy.com/catalog/product/1009606>
9. Крайнов, Г. Н. Технология подготовки и реализации кампании по рекламе и PR: учебное пособие для вузов / Г. Н. Крайнов. — 3-е изд., стер. — Санкт-Петербург: Лань, 2022. — 372 с. — ISBN 978-5-8114-8968-8. — Текст: электронный// Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/185976>
10. Кузнецов, П. А. Копирайтинг & спичрайтинг. Эффективные рекламные и PR-технологии: пособие / П. А. Кузнецов. - 3-е изд. - Москва: Дашков и К, 2021. - 131 с. - ISBN 978-5-394-04258-4. - Текст: электронный. - URL: <https://znaniy.com/catalog/product/1232028>

11. Кукушкина, В. В. Организация научно-исследовательской работы студентов (магистров): учебное пособие / В. В. Кукушкина. — Москва: ИНФРА-М, 2021. — 264 с. — (Высшее образование: Магистратура). - ISBN 978-5-16-004167-4. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1157859>
12. Литвина, Т. В. Дизайн новых медиа: учебник для вузов / Т. В. Литвина. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2019. — 181 с. — (Университеты России). — ISBN 978-5-534-10964-1. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/bcode/444485>
13. Леушкин, Р. В. Теория социальной коммуникации: актуальные проблемы: учебное пособие / Р. В. Леушкин; под редакцией М. П. Волкова. — Ульяновск: УлГТУ, 2021. — 203 с. — ISBN 978-5-9795-2156-5. — Текст: электронный // Лань: электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/259781>
14. Овчаров, А. О. Методология научного исследования: учебник / А.О. Овчаров, Т.Н. Овчарова. — Москва: ИНФРА-М, 2019. — 304 с. + Доп. материалы [Электронный ресурс; Режим доступа <http://new.znanium.com>]. — (Высшее образование: Магистратура). — [www.dx.doi.org/10.12737/357](http://www.dx.doi.org/10.12737/357). - ISBN 978-5-16-100943-7. - Текст: электронный. - URL: <https://new.znanium.com/catalog/product/989954>
15. Селезнева, Л. В. Подготовка рекламного и PR-текста: учебное пособие для вузов / Л. В. Селезнева. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 159 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-04084-5. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/492732>
16. Скибицкий, Э. Г. Научные коммуникации: учебное пособие для вузов / Э. Г. Скибицкий, Е. Т. Китова. — 2-е изд. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 204 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08934-9. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/516960>
17. Советов, Б. Я. Информационные технологии: теоретические основы: учебник для спо / Б. Я. Советов, В. В. Цехановский. — Санкт-Петербург: Лань, 2021. — 444 с. — ISBN 978-5-8114-6920-8. — Текст: электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/153674>
18. Современный медиатекст: учеб. пособие / отв. ред. Н.А. Кузьмина. - 4-е изд., стер. - Москва: ФЛИНТА, 2019. - 412 с.- Текст: электронный. - URL: <https://new.znanium.com/catalog/product/1042225>
19. Тульчинский, Г. Л. Корпоративная социальная ответственность: технологии и оценка эффективности: учебник и практикум для вузов / Г. Л. Тульчинский. — М.: Издательство Юрайт, 2022. — 338 с. // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/489144>
20. Хорольский, В. В. Социокультурные аспекты глобализации масс-медиа: курс лекций / В. В. Хорольский. - 3-е изд., стер. - Москва: ФЛИНТА, 2020. - 175 с. - ISBN 978-5-9765-2469-9. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1150923>
21. Яскевич, Я. С. Философия и методология социальных наук. Проблемы социальной коммуникации: учебное пособие для вузов / Я. С. Яскевич, В. Л. Васюков. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 246 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-06921-1. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/516505>

*Монографии:*

22. Кириллова, Н. Б. Медиалогия как синтез наук: монография / Н. Б. Кириллова. — Москва: Академический Проект, 2020. — 368 с. — ISBN 978-5-8291-2678-0. — Текст: электронный // Лань: электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/133156>
23. Хорольский, В. В. Медийность текстов в средствах массовой коммуникации: монография / В. В. Хорольский. - 3-е изд., стер. - Москва: ФЛИНТА, 2020. - 243 с. -

ISBN 978-5-9765-2468-2. - Текст: электронный. - URL:  
<https://znanium.com/catalog/product/1150925>

### **Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».**

- Национальная электронная библиотека (НЭБ) [www.rusneb.ru](http://www.rusneb.ru)
- ELibrary.ru Научная электронная библиотека [www.elibrary.ru](http://www.elibrary.ru)
- Электронная библиотека Grebennikon.ru [www.grebennikon.ru](http://www.grebennikon.ru)

#### *Сайты российских агентств и ассоциаций по связям с общественностью*

1. <http://www.asi.org.ru> - Агентство социальной информации (АСИ)
2. <http://www.fep.ru> - Фонд эффективной политики (ФЭП)
3. <http://www.gortis.ru> - Исследовательская фирма «ГОРТИС»
4. <http://www.ht.ru-HR> - Лаборатория «Гуманитарные технологии». Управление персоналом, кадровый консалтинг, психологическая помощь
5. <http://www.irnage-contact.ru> - Консалтинговая группа «ИМИДЖ-Контакт»
6. <http://www.imageland.ru> - Агентство «Imageland Public Relations Agency»
7. <http://www.mikh-partn.ru> - Агентство «Михайлов и партнеры. Управление стратегическими коммуникациями»
8. <http://www.pnews.ru> - Специализированное агентство «PRNews» по мониторингу СМИ и анализу PR-кампаний
9. <http://www.raso.ru> - Российская ассоциация по связям с общественностью
10. <http://www.wciom.ru> - Всероссийский центр изучения общественного мнения Интернет-версии СМИ и библиотеки
11. <http://www.allreklama.ru> – представлена коллекция материалов по проблемам рекламы, маркетинга, PR, а также о мифах рекламы
12. <http://www.eartist.narod.ru> - Библиотека литературы по журналистике, рекламе и PR
13. <http://www.inosmi.ru> - обзор иностранной прессы на русском языке
14. <http://www.pr-newsspb.ru> - Газета «PR-news». Сайт для специалистов по PR и рекламе, студентов, преподавателей. Освещаются проблемы современных российских и зарубежных PR, новые PR-технологии, публикуются результаты различных PR-исследований

#### *Связи с общественностью: международные ресурсы Сайты международных и национальных PR-ассоциаций*

1. <http://www.aici.org>-сайт международной некоммерческой ассоциации профессионалов в сфере работы над имиджем Association of Image Consultants International (AICI)
2. <http://www.bprca.be>-сайт Бельгийской ассоциации PR (ICCO)
3. <http://www.cprs.ca>-сайт PR-общества Канады (CPRS)
4. <http://www.euprera.org>-сайт Европейской ассоциации по исследованиям и образованию в области PR (European public relations education & research association (EUPRERA))
5. <http://www.impulse-research.com/prlist.html>-ссылки на ресурсы по всему миру. Список включает в себя 263 американских агентства, 119 агентств в других странах и 145 профессиональных ассоциаций
6. <http://www.ipranet.org>-сайт Международной ассоциации PR (IPRA). <http://www.iprs.org.sg>-сайт Института PR Сингапура (IPRS)
7. <http://www.martex.co.uk>-сайт Ассоциации PR-консультантов Великобритании
8. <http://www.nsprra.org>-сайт Национальной ассоциации вузов, специализирующихся на PR (NSPRA)

9. <http://www.precis.se>-сайт Ассоциации шведских консультантов по связям с общественностью (PRECIS)
10. <http://www.pria.com.au>-сайт Института PR Австралии (PRIA)
11. <http://www.prineurope.com>-сайт Европейской конфедерации по связям с общественностью (CERP)
12. <http://www.prisa.co.za>-сайт Южноафриканского общества PR (PRISA)
13. <http://www.prsa.org>-сайт PR-общества Америки (PRSA). PR-общество Америки является самой большой организацией мира, объединяющей известных практиков в области связей с общественностью
14. <http://www.prsj.or.jp>-сайт японского общества PR (PRSJ)
15. <http://www.prweekuk.com/uk>-Интернет-версия одного из крупнейших изданий о PR «PR-Week»
16. <http://www.publicrelations.at>-сайт PR-союза Австрии (PRVA)
17. <http://www.un.org>-официальный сайт ООН
18. <http://www.womcom.org>-сайт Ассоциации женщин в сфере коммуникаций
19. <http://www.iabc.com>-сайт Международной ассоциации коммуникаторов в сфере бизнеса (IABC)
20. <http://www.prinz.org.nz>-сайт Новозеландского института связей с общественностью

### **3. Рекомендации по подготовке и оформлению ВКР**

#### **3.1. Общие требования к содержанию и оформлению ВКР**

Выпускная квалификационная работа (ВКР) магистранта представляет собой выполненную обучающимся индивидуально письменную работу, демонстрирующую уровень подготовленности выпускника к самостоятельной профессиональной и педагогической деятельности.

Выпускная квалификационная работа выполняется в форме, устанавливаемой ОП ВО в соответствии с требованиями ФГОС 42.04.01 по направлению «Реклама и связи с общественностью».

*Цель ВКР* – оценить степень освоения общекультурных и профессиональных компетенций, заявленных в ФГОС, необходимых при выполнении задач профессиональной деятельности следующих направлений: научно-исследовательская, авторская, производственно-технологическая, педагогическая и проектно-аналитическая.

*Задачи:*

- 1) оценить способность к авторскому созданию текстовых, визуальных и мультимедийных материалов и документов, используемых в сфере рекламы и связей с общественностью;
- 2) оценить способность разрабатывать, организовывать и проводить междисциплинарную исследовательскую работу;
- 3) оценить способность разрабатывать механизмы и принципы функционирования различных аспектов деятельности в области коммуникаций, рекламы и связи с общественностью;
- 4) оценить понимание научных подходов в области управления к различным объектам в сфере рекламы и связей с общественностью;
- 5) оценить умения вводить теоретические знания в области рекламы и связей с общественностью в новый контекст конкретных задач;
- 6) оценить способность презентовать результаты своего труда и вести дискуссии в профессиональной области, аргументированно доказывать свою позицию.
- 7) оценить уровень сформированности компетенций по работе с информацией, приобретенных магистрантом за время обучения по ОПОП:
  - умение обобщать массивы теоретического и эмпирического материала и занимать по отношению к ним обоснованную собственную позицию;
  - умение видеть противоречия и трудности в материале, с которым осуществляется работа, и в собственном тексте;

- умение представлять результаты работы в формате, принятом в соответствующей научной дисциплине или в удобном для работодателя;
- 8) оценить уровень сформированности компетенций в области организации проекта и профессиональной коммуникации, приобретенных магистрантом за время обучения по ОПОП:
- умение организовывать свой исследовательский проект, реалистически ставить цели и задачи, распределять время, необходимое для осуществления проекта с учетом взаимодействия в его рамках с другими людьми (научным руководителем, оппонентами, работодателями);
  - умение слышать критику и принимать ее, в случае ее убедительности, при внесении корректив в свой выпускной квалификационный проект;
- 9) продемонстрировать умение магистранта работать с источниками и литературой, твердо понимать различие между объектом и инструментами своего анализа, наличие обоснованного критического отношения как к информации собственных источников, так и к богатству интерпретаций, с которыми магистранту пришлось ознакомиться для написания ВКР;
- 10) продемонстрировать умение соотносить эмпирический материал и теоретический контекст, умение самостоятельно находить теоретическую литературу, подходящую для работы с конкретным эмпирическим материалом, и умение видеть те ограничения и особенности, которые накладывает специфика конкретного материала на возможность применения к нему найденной теоретической литературы.

ВКР должна соответствовать нормативам, заложенным в следующих документах:

ГОСТ Р 7.0.11-2011 Диссертация и автореферат диссертации: структура и правила оформления.

ГОСТ Р 7.0.4-2006 Система стандартов по информации, библиотечному и издательскому делу. Издания. Выходные сведения. *Общие требования и правила оформления*

ГОСТ Р 7.0.5-2008 Система стандартов по информации, библиотечному и издательскому делу. *Библиографическая ссылка*. Общие требования и правила составления.

ГОСТ 7.1-2003 Система стандартов по информации, библиотечному и издательскому делу. Библиографическая запись. Библиографическое описание. Общие требования и правила составления

ГОСТ Р 7.0.12-2011 (ИСО 832:1994) Система стандартов по информации, библиотечному и издательскому делу. Библиографическая запись. Сокращение слов и словосочетаний на иностранных европейских языках

ГОСТ 7.80-2000 Система стандартов по информации, библиотечному и издательскому делу. Библиографическая запись. Заголовок. Общие требования и правила составления

ГОСТ Р 1.5-2004 Стандарты национальные Российской Федерации. Правила построения, изложения, оформления и обозначения

ГОСТ 2.105-95 Единая система конструкторской документации. Общие требования к текстовым документам.

Тема, структура и объем выпускной квалификационной работы.

Тема работы: желательно, чтобы тема ВКР была сопряжена с базой преддипломной практики. Тема работы может начинаться со слов: *система, механизмы, организационные аспекты, методы*. Допускается и другой вариант по согласованию с научным руководителем и заведующим кафедрой. При этом в теме должны присутствовать слова из дискурса сферы рекламы и связей с общественностью, например, *коммуникации, практики, медиатехнологии, имидж* и т.д.

Работа состоит из следующих структурных элементов:

- а) титульный лист;
- б) оглавление (или содержание);
- в) текст ВКР: 1) введение, 2) основная часть (состоит из 3-х глав), 3) заключение;
- г) список источников и литературы;



з) приложения\*.

\* Приложения не являются обязательными элементами структуры ВКР.

Работа должна быть выполнена печатным способом с использованием компьютера и принтера на одной стороне листа белой бумаги одного сорта формата А4 (210x297 мм) через полтора интервала и размером шрифта Times New Roman 14 пунктов. В работе не допускается использование шрифта разных гарнитур.

Выпускная квалификационная работа должна иметь 80-100 стр. машинописного текста (без приложений). Работа с меньшим количеством страниц к защите не допускается.

Таблица № 2

Размер структурных компонентов ВКР

Структурная единица	Страницы	Тыс. знаков	Примечание
Введение	4 - 6	7-10	
Основная часть -3 главы	60 - 80	100-140	Объемы глав отличаются не более чем на 5 стр., главы разделены на параграфы (подразделы)
Заключение	5 - 7	10-13	
Список источников и литературы	4 - 7	6-12 Не менее 70 Источников	См. структура списка источников 5 источников на иностр. языке
Приложения			Не более 20 стр.
ИТОГО	80-100		

ВКР должна иметь *твердый переплет*.

Страницы работы должны иметь следующие поля: *левое – 25 мм, правое – 10 мм, верхнее – 20 мм, нижнее – 20 мм. Абзацный отступ* должен быть одинаковым по всему тексту и равен *5 знакам*. Выравнивание по ширине.

Все страницы работы, включая иллюстрации и приложения, нумеруются по порядку без пропусков и повторений.

Первой страницей считается титульный лист, на котором нумерация страниц не ставится, на следующей странице ставится цифра «2» и т.д. *Порядковый номер* страницы печатают *на середине верхнего поля страницы*.

#### *Оформление текста ВКР*

Все структурные элементы начинаются с *новой* страницы и имеют соответствующий заголовок (параграф отдельной структурной единицей НЕ является). Заголовки располагаются посередине страницы и указываются прописными буквами без кавычек и точки в конце, выделяются полужирным шрифтом. Переносить слова в заголовке не допускается. Заголовки оглавления должны точно повторять заголовки в тексте.

*Титульный лист* оформляется в соответствии с требованиями и обязательно содержит ФИО магистранта, тему ВКР, направление подготовки, название программы, ФИО, ученую степень и звание научного руководителя. *Содержание*. Первый после «Титульного» лист раскрывает структуру работы, на нем последовательно перечисляются все структурные части работы и указываются *их страницы*. Этот лист может называться *Оглавлением* – если структурные части (разделы) основной части названы главами, а подразделы параграфами. Перед названием раздела стоит слово «глава» и ее номер. Или *Содержанием*, если разделы указаны только номером, и названием (пункт и подпункт). Структурные элементы: Введение, Название Глав, Заключение, Список используемых источников и т.д. оформляются *единым шрифтом* (можно заглавными буквами).

В работе используется *только научный стиль* русского языка. Профессиональные жаргонизмы требуют раскрытия понятия.

*Введение* ВКР включает в себя следующие обязательные основные структурные элементы:

- актуальность темы исследования;
- степень ее разработанности;
- объект – предмет, цели и задачи;
- методологию и методы исследования;
- научную новизну, (теоретическую) и практическую значимость работы;
- степень достоверности и апробацию результатов (выступление на конференциях и публикации по теме работы).

Название каждой структурной единицы *выделяется курсивом* в тексте Введения.

*Основной текст* должен быть разделен на главы и параграфы или разделы и подразделы (пункты-подпункты), *которые имеют название и нумерацию арабскими цифрами*. Переносить слова в заголовке не допускается. Заголовки отделяют от текста сверху и снизу тремя интервалами.

Каждая глава обязательно заканчивается выводом. Указывается фраза «*Вывод по главе №...*» с необходимым текстом, объемом в 0.5-1 стр. Фраза «*Выводы по главе №...*» в Содержании работы *НЕ указывается*.

*Таблицы* являются одним из способов оформления текста работы. Название таблицы размещается *справа* над ней без абзацного отступа, в одной строке с ее номером через точку (14 шрифтом), нумерация сквозная.

Внутри таблицы используется *12 шрифт, интервал 1,0*. Таблица занимает место от левого до правого поля страницы. На все таблицы должны быть приведены ссылки в тексте работы. При ссылке следует писать слово (см. Таблицу №) с указанием ее номера. Таблица размером более 1 страницы выносится в Приложение.

Иллюстративный материал может быть представлен *рисунками, фотографиями, картами, нотами, графиками, чертежами, схемами, диаграммами и другим подобным материалом*. Иллюстрации, используемые в диссертации, размещают *под текстом*, в котором впервые дана ссылка на них, или на следующей странице, а при необходимости – в Приложении к работе. Иллюстрации нумеруют *арабскими цифрами сквозной нумерацией* или в пределах главы (раздела). На все иллюстрации должны быть приведены ссылки в тексте диссертации.

При ссылке на данную иллюстрацию следует писать слово «*Рисунок*» с указанием *его номера*. Иллюстративный материал оформляют в соответствии с требованиями ГОСТ 2.105. (межгосударственный стандарт). Размер иллюстрации не должен быть больше одной трети (1/3) страницы.

Все *таблицы и рисунки* должны иметь *ссылку на источник* (если таблица или рисунок сделаны автором ВКР, то указать: «*составлено автором на основе...*» или «*составлено автором*»). Сноска на источник оформляется в виде \*Примечания под таблицей.

Буквы греческого алфавита, формулы, отдельные условные знаки допускается вписывать от руки черной пастой или черной тушью.

В работе соблюдается принцип единообразия в оформлении. *Нельзя* использовать декоративные элементы Word (стрелки, звездочки), в том числе при перечислении.

*Библиографические ссылки* в тексте диссертации оформляют в соответствии с требованиями ГОСТ Р 7.0.5. *только подстрочными, вынесенными из текста вниз полосы документа (в сноску)*. Примеры оформления см. ниже в Методических рекомендациях по написанию работы. Сноски нумеруются *последовательно (сквозная нумерация по всему тексту)*. Использовать для описания источника *шрифт 10*.

Внутри Основного текста *НЕ допускаются* нарушение интервалов, дополнительные выделения, необоснованное дробление текста на подразделы. Перечисление должно



заканчиваться авторским текстом. Раздел работы *НЕ может* начинаться и заканчиваться цитатой, иллюстрацией или таблицей.

*Заключение* – в этом разделе обобщаются достигнутые результаты, делается вывод о выполнении поставленных задач и достижении цели, формулируются практические результаты, указываются перспективы развития данного исследования.

*Список используемых источников и литературы* должен состоять более чем из 70 источников. Из них 70% должны быть не старше 5 лет. А также обязательно наличие не менее чем 5 источников на иностранных языках. *Рекомендовано использование публикаций ППС кафедры теории и практики общественных связей факультета рекламы и связей с общественностью РГГУ (не менее 3).*

*Описание источника* делается в соответствии с ГОСТ Р 7.0.5-2008. Все источники нумеруются в сквозном порядке.

Список источников и литературы – этот раздел имеет собственную иерархическую структуру, в соответствии со значимостью документов. Внутри каждого подраздела описания источников располагаются в алфавитном порядке.

*Структура списка источников и литературы:*

1. Официальные и нормативно-правовые документы – законы, постановления, указы, Госты и т.д.

2. Книги (русские, на иностранном языке)

3. Периодические издания (русские, на иностранном языке, в том числе в изданиях сети интернет)

4. Коллективные издания – сборники статей и тезисов, материалы конференций (русские, на иностранном языке, в том числе в изданиях сети интернет)

5. Справочные издания (русские, на иностранном языке) (словари, энциклопедии, справочники)

5. Депонированные издания (авторефераты и диссертации) (русские, на иностранном языке)

6. Неопубликованные источники: архивы, внутренние документы компании (русские, на иностранном языке)

7. Интернет источники (сайты, ресурсы) (русские, на иностранном языке).

Приложения (в случае необходимости) содержат не вошедшие в основной текст ВКР материалы. В приложениях могут быть приведены отдельные рисунки и таблицы, а также документы, проекты документов, рабочие расшифровки интервью, протоколы наблюдений, переводы и прочие материалы, наличие которых обусловлено необходимостью согласно теме ВКР. Каждое приложение должно начинаться с нового листа с указанием вверху листа слова «Приложение» и номера приложения, и иметь тематический заголовок. Допускается использование приложений нестандартного размера, которые в сложенном виде соответствуют формату А4.

## 3.2. Оценочные материалы для ВКР

### 3.2.1. Описание показателей, критериев и шкалы оценивания

Оценка	Критерии оценки
отлично	ВКР выполнена с использованием научного стиля русского языка. Представлены расчеты эффективности предлагаемых решений. Обоснована правовая легитимность предлагаемых решений. В источниках присутствуют нормативно-правовые документы, связанные с рекламой и связями с общественностью. Работа базируется на разнообразных и современных источниках информации, в том числе на иностранном языке, библиографическое описание выполнено в соответствии с ГОСТ. Тема работы соответствует месту прохождения практики, обоснована

	<p>актуальность работы, определены объект и предмет, цель и задачи, подобраны адекватные методы исследования, результаты работы хорошо аргументированы и имеют практическую значимость.</p> <p>В соответствии с темой работы представлены авторские разработки текстов для рекламы и связей с общественностью. Имеется научное обоснование выбора художественно-выразительных средств, определена их качественные критерии и оценена коммуникативная эффективность.</p> <p>Проведен комплексный анализ теоретических источников, показана их связь с практикой организации коммуникативной деятельности компании, ее коммуникационных кампаний и отдельных мероприятий. Результаты сопоставлены с деятельностью конкурентов.</p> <p>Представлен организационно-функциональный анализ и ситуационный анализ, сделаны выводы об эффективности реализации функций менеджмента, разработаны план-графики и рекомендации по улучшению планирования и организации. Проведена апробация выводов и рекомендаций.</p> <p>Работа базируется на разнообразных и современных источниках информации, в том числе на иностранном языке, библиографическое описание выполнено в соответствии с ГОСТ.</p> <p>Работа выполнена в установленные сроки в соответствии с заявленной процедурой, соблюдены все требования к оформлению работы.</p> <p>При защите – продемонстрировано свободное владение материалом, знание нормативной базы, уместное оперирование к источникам информации. На вопросы даются уверенные и аргументированные ответы.</p>
хорошо	<p>ВКР в целом соответствует высокому уровню. В ВКР есть стилистические погрешности, ошибки в описании источников.</p> <p>При защите обучающийся уверенно отвечает на часть вопросов. Обучающийся допускает неточности.</p>
удовлетворительно	<p>Обучающийся не понимает методов расчета эффективности предлагаемых решений. В тексте работы многочисленные замечания по грамотному использованию русского языка и специальной терминологии.</p> <p>Актуальность работы не обоснована. Цель поставлена некорректно, результаты работы в основном не выполняют поставленные задачи.</p> <p>Анализ функционирования компании проведен, но рекомендации не обоснованы.</p> <p>Работа имеет описательный характер. Нет сопоставительного анализа. Теоретическая часть логически не связана с практической.</p> <p>Нет научного обоснования предлагаемых творческих решений и текстов.</p> <p>В работе отсутствуют источники, связанные нормативно-правовым обеспечением.</p> <p>Недостаточное количество источников, ошибки в оформлении библиографического описания.</p> <p>Апробации выводов нет</p> <p>Работа выполнена с отдельными нарушениями требований.</p> <p>При защите обучающийся в ответах на вопросы допускает неточности, в материале работы ориентируется плохо. Обучающийся демонстрирует знание только отдельных правовых документов. Обучающийся не знает содержание большинства источников, указанных в работе.</p>
неудовлетворительно	<p>Не представлены никакие расчеты эффективности.</p> <p>Теоретическая часть заимствована. Анализ практики отсутствует.</p> <p>Практическая часть непоследовательна, носит фрагментарный характер. В работе отсутствуют источники, связанные нормативно-правовым обеспечением.</p> <p>Недостаточное количества источников, ошибки в оформлении библиографического описания.</p> <p>В работе отсутствует исследовательская матрица и раздел, связанный с</p>

	<p>анализом функционирования компании отсутствует.  В работе отсутствуют самостоятельные разработки и выводы  Результаты работы не аргументированы.  Работа выполнена с нарушениями требований и указанных процедур.  Текст работы не соответствует требованиям.  При защите обучающийся не владеет материалом текста работы, не отвечает на вопросы, связанные с нормативно-правовым обеспечением рекламной деятельности, не знает названия и содержание источников, указанных в работе.</p>
--	---

### 3.2.2. Примерная тематика ВКР

Темы работы адаптируются под каждого студента, с учетом базы преддипломной практики.

Тематика ВКР содержит перечень *примерных* тем, поэтому допускается выбор темы ВКР, не входящей в данный перечень по согласованию с научным руководителем и заведующим кафедрой.

#### *Перечень примерных тем ВКР*

1. Имиджевые мероприятия в технологиях территориального брендинга (на примере социокультурного облика современного мегаполиса).
2. Коммуникативные технологии поддержки цифрового развития образовательной среды университета (на примере российских вузов).
3. Коммуникативные практики формирования экологического сознания в РФ.
4. Медиатехнологии распространения ценностей и стандартов спортивной медицины в РФ.
5. Визуальный сторителлинг в интегрированных коммуникаций компаний-производителей товаров для красоты и здоровья
6. Сообщение места: технологии медиальной интеграции городской территории.
7. Комплексные коммуникативные стратегии создания личного бренда.
8. Мультимедийные технологии визуализации в формировании имиджа сетевых магазинов одежды.
9. Медиатехнологии молодежных музыкальных субкультур в РФ на современном этапе.
10. Технологии реализации медийной повестки современного неолиберализма.
11. Медиатехнологии в реализации образовательных программ магистратуры социально-гуманитарного профиля.
12. Популяризация здорового образа жизни в коммуникативных кампаниях глобальных спортивных брендов.
13. Совершенствование коммуникационных политик интернет-маркетинга (на примере российских компаний).
14. Событийные коммуникации в формировании публичных пространств г. Москвы
15. Коммуникативное сопровождение проектов здорового питания.

### 3.2.3. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания

Работа над ВКР начинается не позднее второго семестра обучения на магистерской ОП и тесно связана с научно-исследовательской работой магистранта. Выполнившие программу теоретического обучения и успешно сдавшие экзамены студенты магистратуры допускаются к финальной стадии выполнения ВКР. На протяжении всех четырех семестров обучения на подготовку, написание и апробирование отдельных частей магистерской диссертации и всей ВКР целиком отводится количество недель в соответствии с ФГОС ВПО по соответствующим направлениям. На протяжении этого времени магистрант работает с научным руководителем диссертации, контролирующим сроки и качество выполнения работы (см. в приложении примерный график работы над магистерской диссертацией).

График работы над ВКР подписывается научным руководителем магистранта и утверждается на заседании выпускающей кафедры. В случае систематического невыполнения

графика работы над ВКР руководитель магистранта вправе поставить перед кафедрой и руководителем ООП вопрос о целесообразности продолжения обучения магистранта по данной магистерской программе.

На протяжении обучения по программе магистратуры магистрант должен несколько раз выступить с докладами по теме ВКР; эти выступления могут проходить на заседаниях научно-исследовательского семинара или на научных или учебно-научных конференциях. Даты и темы выступлений и данные конференций заносятся в карту НИР обучающегося.

Кафедра представляет в деканат сведения о допуске магистрантов к защите магистерской диссертации, на основании которых оформляется приказ. В том числе указывается окончательная, не подлежащая дальнейшим изменениям, тема ВКР, указываются ФИО и регалии научного руководителя и оппонентов магистерской диссертации. Выпускные квалификационные работы магистров проходят внешнее рецензирование. Оппонентами могут быть работодатели-практики, специалисты отрасли или же представители ППС других вузов, обладающие научной степенью доктора или кандидата наук по направлению подготовки.

ВКР проверяются научными руководителями выпускающих кафедр на оригинальность и самостоятельность авторского текста в системе «Антиплагиат РГГУ» - допускаются к защите работа, оригинальность которой не менее 75%.

В итоге научный руководитель магистранта пишет Отзыв, в котором даётся оценка ВКР и допуск к защите.

Выпускные квалификационные работы по программам магистратуры подлежат внешнему рецензированию. Для проведения внешнего рецензирования выпускной квалификационной работы указанная работа, вместе с отзывом научного руководителя и справкой об оригинальности текста, направляется одному или нескольким рецензентам из числа лиц, не являющихся работниками выпускающей кафедры, факультета (института), РГГУ. Передача ВКР на рецензию должна происходить не позднее, чем за 14 календарных дней до защиты. Рецензент проводит анализ выпускной квалификационной работы и представляет письменную рецензию на указанную работу (далее – рецензия). Если выпускная квалификационная работа имеет междисциплинарный характер, она может быть направлена нескольким рецензентам.

Обучающийся должен быть ознакомлен с отзывом и рецензией (рецензиями) не позднее, чем за 10 календарных дней до защиты ВКР.

ВКР, отзыв научного руководителя и рецензия (рецензии) передаются в ГЭК не позднее, чем за 2 календарных дня до дня защиты работы.

Тексты выпускных квалификационных работ размещаются в электронно-библиотечной системе РГГУ в соответствии с установленным порядком. Доступ к текстам выпускных квалификационных работ должен быть обеспечен в соответствии с законодательством Российской Федерации, с учетом изъятия производственных, технических, экономических, организационных и других сведений, в том числе о результатах интеллектуальной деятельности в научно-технической сфере, о способах осуществления профессиональной деятельности, которые имеют действительную или потенциальную коммерческую ценность в силу неизвестности их третьим лицам, в соответствии с решением правообладателя.

Обучающийся с места прохождения преддипломной практики (или из компании, на основе данных которой делалось исследование) берет отзыв о ВКР или акт об использовании результатов работы, где указывается ее практическое значение, актуальность для данной компании и возможность внедрения предлагаемых рекомендаций. Документ создается в свободной форме, подписывается руководителем подразделения или организации, заверяется печатью.

*Защита* выпускной квалификационной работы является *обязательным* испытанием, введенным в итоговую аттестацию всех выпускников, оканчивающих обучение по программам магистратуры.

Защита ВКР проходит публично на *открытом заседании* ГЭК (см. п.1.2.2). Защита ВКР проводится с участием не менее двух третей состава комиссии.

Защита представляет собой четко регламентированную процедуру:

- председатель Государственной комиссии объявляет фамилию, имя, отчество студента, название темы ВКР, научного руководителя и рецензента;
- студент делает доклад (сопровождающийся презентацией) с изложением основных положений своей работы;
- по окончании доклада автор отвечает на вопросы, которые задают как члены комиссии, так и присутствующие на защите лица;
- заслушивается отзыв рецензента работы, задача которого - охарактеризовать работу, выделив ее достоинства и недостатки или спорные моменты;
- защищающийся отвечает на замечания, содержащиеся в рецензии, и на вопросы по работе, которые могут быть заданы не только членами комиссии, но и любым из присутствующих. Ответы на вопросы должны быть доказательными, теоретически аргументированными и подкреплены фактическим материалом;
- проводится обсуждение работы, в котором может принять участие любой присутствующий на защите, число выступающих не ограничивается;
- студенту предоставляется слово для заключительного выступления, в котором он отвечает на замечания рецензента, а также отвечает на высказанные в процессе выступления замечания.

При определении оценки комиссия принимает во внимание общий уровень научно-теоретической и практической подготовки студента, а также его умение отстаивать и обосновывать свою позицию, в соответствии с уровнем освоенных компетенций. Решение об оценке принимается государственной экзаменационной комиссией на *закрытом заседании* по завершении всех назначенных на этот день защит и озвучивается в этот же день.

#### **4. Материально-техническое обеспечение государственной итоговой аттестации**

Факультет рекламы и связей с общественностью располагает следующей материально-технической базой:

- лекционными аудиториями, оборудованными видеопроекторным оборудованием для презентаций, средствами звуковоспроизведения, экраном и имеющие выход в сеть Интернет;
- помещениями для проведения семинарских и практических занятий, оборудованными учебной мебелью;
- библиотекой, имеющей рабочие места для обучающихся, оснащенные компьютерами с доступом к базам данных и сети Интернет;
- компьютерными классами.

*Профессиональные базы данных и информационно-справочные системы*

Доступ к профессиональным базам данных: <https://liber.rsuh.ru/ru/bases>

Информационные справочные системы:

1. Консультант Плюс
2. Гарант

*Состав программного обеспечения:*

1. Windows
2. Microsoft Office
3. Kaspersky Endpoint Security

*Профессиональные полнотекстовые базы данных:*

1. Национальная электронная библиотека (НЭБ) [www.rusneb.ru](http://www.rusneb.ru)
2. ELibrary.ru Научная электронная библиотека [www.elibrary.ru](http://www.elibrary.ru)

3. Электронная библиотека Grebennikon.ru [www.grebennikon.ru](http://www.grebennikon.ru)

### **5. Особенности проведения государственной итоговой аттестации для обучающихся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья**

Процедуры проведения ГИА для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья регламентируются действующим Положением о проведении государственной итоговой аттестации по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета и программам магистратуры.