



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Магнитогорский государственный технический университет им.



УТВЕРЖДАЮ
Директор ИГО
Л.Н. Санникова
02.02.2026 г.

ПРОГРАММА

ГОСУДАРСТВЕННОЙ ИТОГОВОЙ АТТЕСТАЦИИ

Направление подготовки (специальность)
42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль/специализация) программы
Коммуникации в цифровой среде

Уровень высшего образования - бакалавриат

Форма обучения
заочная

Институт/ факультет
Кафедра

Институт гуманитарного образования
Русского языка, общего языкознания и массовой комму-

Магнитогорск
2026 год

Программа практики/НИР составлена на основе ФГОС ВО - бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (приказ Минобрнауки России от 08.06.2017 г. № 512)

Программа практики/НИР рассмотрена и одобрена на заседании кафедры Русского языка, общего языкознания и массовой коммуникации
28.01.2026 протокол №6

Зав. кафедрой _____ Н.В. Позднякова

Программа практики/НИР одобрена методической комиссией ИГО
02.02.2026 г. Протокол № 6

Председатель _____ Л.Н. Санникова

Программа составлена:
ст. преподаватель кафедры РЯОЯиМК, кандидат филологических наук
_____ А.М. Максимова

Рецензент:
старший научный сотрудник Научно-исследовательской Словарной лаборатории
НИИ ИАФ ФГБОУ ВО "МГТУ им. Г.И. Носова" РЯОЯиМК, кандидат филологических
наук _____ А.А. Осипова

1. Общие положения

Государственная итоговая аттестация проводится государственными экзаменационными комиссиями в целях определения соответствия результатов освоения обучающимися образовательных программ соответствующим требованиям федерального государственного образовательного стандарта.

Бакалавр по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью в соответствии с профилем образовательной программы Коммуникации в цифровой среде должен быть подготовлен к решению задач профессиональной деятельности следующих типов:

- авторский
- редакторский
- проектный
- маркетинговый

В соответствии с задачами профессиональной деятельности выпускник на государственной итоговой аттестации должен показать соответствующий уровень освоения следующих компетенций:

УК-1	Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач
УК-1.1	Анализирует задачу, выделяя ее базовые составляющие, рассматривает и предлагает возможные варианты решения поставленной задачи, оценивая их достоинства и недостатки
УК-1.2	Определяет, интерпретирует и ранжирует информацию, требуемую для решения поставленной задачи; осуществляет поиск информации по различным типам запросов
УК-1.3	При обработке информации отличает факты от мнений, интерпретаций, оценок, формирует собственные мнения и суждения, аргументирует свои выводы и точку зрения
УК-2	Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений
УК-2.1	Определяет круг задач в рамках поставленной цели и предлагает способы их решения и ожидаемые результаты; оценивает предложенные способы с точки зрения соответствия цели проекта
УК-2.2	Планирует реализацию задач в зоне своей ответственности с учетом имеющихся ресурсов и ограничений, действующих правовых норм
УК-2.3	Выполняет задачи в зоне своей ответственности в соответствии с запланированными результатами и представляет результаты проекта, предлагает возможности их использования и/или совершенствования
УК-3	Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде
УК-3.1	Определяет свою роль в социальном взаимодействии и командной работе, исходя из стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели; строит продуктивное взаимодействие с учетом норм и установленных правил командной работы
УК-3.2	При реализации своей роли в социальном взаимодействии и командной работе учитывает особенности поведения и интересы других участников, анализирует возможные последствия личных действий
УК-3.3	Осуществляет обмен информацией, знаниями и опытом с членами команды; оценивает идеи других членов команды для достижения поставленной цели
УК-4	Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)

-4.1	Выбирает стиль общения на русском языке в зависимости от цели и условий партнерства; адаптирует речь и стиль общения к ситуациям взаимодействия
------	---

УК-4.2	Ведет деловую переписку на русском и иностранном языках с учетом особенностей стилистики официальных писем и социокультурных различий
УК-4.3	Выполняет для личных целей перевод официальных и профессиональных текстов с иностранного языка на русский, с русского языка на иностранный
УК-4.4	Публично выступает на русском языке, строит свое выступление с учетом аудитории и цели общения
УК-4.5	Устно представляет результаты своей деятельности на иностранном языке, может поддержать разговор в ходе их обсуждения
УК-5	Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах
УК-5.1	Анализирует современное состояние общества на основе знания исторической ретроспективы и основ социального анализа
УК-5.2	Интерпретирует проблемы современности с позиций этики и философских знаний
УК-5.3	Демонстрирует понимание общего и особенного в развитии цивилизаций, религиозно-культурных отличий и ценностей локальных культур
УК-6	Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни
УК-6.1	Использует инструменты и методы управления временем при выполнении конкретных задач, проектов, при достижении поставленных целей
УК-6.2	Определяет приоритеты собственной деятельности, личностного развития и профессионального роста
УК-6.3	Оценивает требования рынка труда и предложения образовательных услуг для выстраивания траектории собственного профессионального роста
УК-7	Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности
УК-7.1	Выбирает здоровьесберегающие технологии для поддержания здорового образа жизни с учетом физиологических особенностей организма и условий реализации профессиональной деятельности
УК-7.2	Планирует свое рабочее и свободное время для оптимального сочетания физической и умственной нагрузки и обеспечения работоспособности
УК-7.3	Соблюдает и пропагандирует нормы здорового образа жизни в различных жизненных ситуациях и в профессиональной деятельности
УК-8	Способен создавать и поддерживать в повседневной жизни и в профессиональной деятельности безопасные условия жизнедеятельности для сохранения природной среды, обеспечения устойчивого развития общества, в том числе при угрозе и возникновении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов
УК-8.1	Анализирует и идентифицирует факторы опасного и вредного влияния элементов среды обитания (технических средств, технологических процессов, материалов, зданий и сооружений, природных и социальных явлений)
УК-8.2	Выявляет проблемы, связанные с нарушениями техники безопасности на рабочем месте; предлагает мероприятия по предотвращению чрезвычайных ситуаций
УК-8.3	Разъясняет правила поведения при возникновении чрезвычайных ситуаций природного и техногенного происхождения; оказывает первую помощь, описывает способы участия в восстановительных мероприятиях
УК-9	Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности
УК-9.1	Понимает экономические законы, категории и принципы, возможности их использования в различных областях жизнедеятельности

УК-9.2	Использует экономические знания для принятия обоснованных экономических решений в различных областях жизнедеятельности
УК-10	Способен формировать нетерпимое отношение к проявлениям экстремизма, терроризма, коррупционному поведению и противодействовать им в профессиональной деятельности
УК-10.1	Определяет круг рисков экстремистской, террористической, коррупционной активности в рамках поставленной цели и предлагает способы их устранения, оценивает с позиции законодательства
УК-10.2	Планирует реализацию задач в зоне своей ответственности с учетом имеющихся ресурсов и ограничений, действующих правовых норм законодательства
ОПК-1	Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем
ОПК-1.1	Выявляет отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ
ОПК-1.2	Осуществляет подготовку медиатекстов и (или) продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем
ОПК-2	Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах
ОПК-2.1	Знает систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития
ОПК-2.2	Соблюдает принцип объективности в создаваемых медиатекстах и (или) продуктах при освещении деятельности общественных и государственных институтов
ОПК-3	Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов
ОПК-3.1	Демонстрирует кругозор в сфере отечественного и мирового культурного процесса
ОПК-3.2	Применяет средства художественной выразительности в создаваемых медиатекстах и (или) продуктах
ОПК-4	Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности
ОПК-4.1	Соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп
ОПК-4.2	Учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании медиатекстов и (или) продуктов
ОПК-5	Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования
ОПК-5.1	Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях
ОПК-5.2	Осуществляет свои профессиональные действия с учетом механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы
ОПК-6	Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности
ОПК-6.1	Осуществляет поиск, анализ и синтез информации с использованием информационных технологий
ОПК-6.2	Применяет технологии обработки данных, выбора данных по критериям; строит типичные модели решения предметных задач по изученным образцам

ОПК-6.3	Использует современные информационные технологии для решения задач профессиональной деятельности
ОПК-7	Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности
ОПК-7.1	Знает цеховые принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности
ОПК-7.2	Осуществляет поиск корректных творческих приемов присборе, обработке и распространении информации в соответствии с общепринятыми стандартами и правилами профессии
ПК-1	Способность осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта
ПК-1.1	Осуществляет поиск и отбор информации из доступных источников
ПК-1.2	Проверяет достоверность полученной информации, разграничивает факты и мнения
ПК-1.3	Соблюдает профессиональные и этические нормы на всех этапах работы
ПК-1.4	Готовит к публикации медиатекст и (или) продукт с учётом требований редакции СМИ или другого медиа
ПК-2	Способность осуществлять редакторскую деятельность в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, жанрами, стилями, технологическими требованиями разных типов СМИ и других медиа
ПК-2.1	Приводит медиатекст и (или) продукт в соответствие с языковыми нормами
ПК-2.2	Контролирует соблюдение редакционных стандартов, форматов, жанров, стилей в медиатексте и (или) продукте
ПК-2.3	Учитывает технологические требования разных типов СМИ и других медиа при редактировании медиатекста и (или) продукта
ПК-3	Способность осуществлять проектную деятельность в сфере рекламы и связей с общественностью в соответствии с поставленными проблемами, целями и задачами
ПК-3.1	Предлагает творческие решения в рамках реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и PR
ПК-3.2	Решает поставленные задачи при работе над индивидуальным и (или) коллективным проектом в сфере рекламы и PR
ПК-3.3	Реализует проект в рамках своих полномочий и несёт ответственность за результат
ПК-4	Способность участвовать в разработке концепции продвижения продукции СМИ, в формировании коммуникационных целей и маркетинговых стратегий
ПК-4.1	Решает поставленные задачи в области поиска информации, характеризующей ситуацию на рынке продукции СМИ
ПК-4.2	Использует современные информационно-коммуникационные технологии, в том числе интернет-технологии, для продвижения продукции СМИ

На основании решения Ученого совета университета от 28.02.2024 (протокол № 5) государственные аттестационные испытания по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью проводятся в форме:

- государственного экзамена;
- защиты выпускной квалификационной работы.

К государственной итоговой аттестации допускается обучающийся, не имеющий академической задолженности и в полном объеме выполнивший учебный план или индивидуальный учебный план по данной образовательной программе.

2. Программа и порядок проведения государственного экзамена

Согласно учебному плану подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена проводится в период с 02.06.2029 по 16.06.2029. Для проведения государственного экзамена составляется расписание экзамена и предэкзаменационных консультаций (консультирование обучающихся по вопросам, включенным в программу государственного экзамена).

Государственный экзамен проводится на открытых заседаниях государственной экзаменационной комиссии в специально подготовленных аудиториях, выведенных на время экзамена из расписания. Присутствие на государственном экзамене посторонних лиц допускается только с разрешения председателя ГЭК.

Обучающимся и лицам, привлекаемым к государственной итоговой аттестации, во время ее проведения запрещается иметь при себе и использовать средства оперативной и мобильной связи.

Государственный экзамен проводится в два этапа:

- на первом этапе проверяется сформированность универсальных компетенций;
- на втором этапе проверяется сформированность общепрофессиональных и профессиональных компетенций в соответствии с учебным планом.

Подготовка к сдаче и сдача первого этапа государственного экзамена

Первый этап государственного экзамена проводится в форме компьютерного тестирования. Тест содержит вопросы и задания по проверке универсальных компетенций соответствующего направления подготовки/ специальности. В заданиях используются следующие типы вопросов:

- выбор одного правильного ответа из заданного списка;
- восстановление соответствия.

Для подготовки к экзамену на образовательном портале за три недели до начала испытаний в блоке «Ваши курсы» становится доступным электронный курс «Демо-версия. Государственный экзамен (тестирование)». Доступ к демо-версии осуществляется по логину и паролю, которые используются обучающимися для организации доступа к информационным ресурсам и сервисам университета.

Первый этап государственного экзамена проводится в компьютерном классе в соответствии с утвержденным расписанием государственных аттестационных испытаний.

Блок заданий первого этапа государственного экзамена включает 13 тестовых вопросов. Продолжительность экзамена составляет 30 минут.

Результаты первого этапа государственного экзамена определяются оценками «зачтено» и «не зачтено» и объявляются сразу после приема экзамена.

Критерии оценки первого этапа государственного экзамена:

- на оценку **«зачтено»** – обучающийся должен показать, что обладает системой знаний и владеет определенными умениями, которые заключаются в способности к осуществлению комплексного поиска, анализа и интерпретации информации по определенной теме; установлению связей, интеграции, использованию материала из разных разделов и тем для решения поставленной задачи. Результат не менее 50% баллов за задания свидетельствует о достаточном уровне сформированности компетенций;
- на оценку **«не зачтено»** – обучающийся не обладает необходимой системой знаний и не владеет необходимыми практическими умениями, не способен понимать и интерпретировать освоенную информацию. Результат менее 50% баллов за задания свидетельствует о недостаточном уровне сформированности компетенций.

Подготовка к сдаче и сдача второго этапа государственного экзамена

Ко второму этапу государственного экзамена допускается обучающийся, получивший оценку «зачтено» на первом этапе.

Второй этап государственного экзамена проводится в форме компьютерного тестирования по теоретическим профессионально значимым вопросам и выполнения практических кейс-заданий. Для подготовки к этому этапу за 3 недели до начала тестирования на образовательном портале становится доступной демоверсия тестирования по профессионально значимым вопросам.

Продолжительность экзамена составляет 30 минут, в течение которых на компьютерном тестировании предлагается 15 вопросов с вариантами выбора ответов. Оценка «отлично» – от 11 правильных ответов, «хорошо» – от 8 правильных ответов, «удовлетворительно» – от 5 правильных ответов.

Во время второго этапа государственного экзамена студент не может пользоваться какими-либо материалами.

После компьютерного тестирования по профессионально значимым вопросам экзаменуемому предлагают практическое кейс-задание в пределах учебного материала, вынесенного на государственный экзамен. На выполнение творческой работы отводится до 4 часов. Члены комиссии оценивают представленный журналистский (редакторский) продукт, вынося оценки. Оценки за компьютерное тестирование и практическое кейс-задание суммируются. Средняя арифметическая оценка считается оценкой за 2 этап государственного экзамена.

Результаты второго этапа государственного экзамена определяются оценками: «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно» и объявляются в день приема экзамена.

Критерии оценки второго этапа государственного экзамена:

– на оценку **«отлично»** (5 баллов) – обучающийся должен показать высокий уровень сформированности компетенций, т.е. показать способность обобщать и оценивать информацию, полученную на основе исследования нестандартной ситуации; использовать сведения из различных источников; выносить оценки и критические суждения, основанные на прочных знаниях;

– на оценку **«хорошо»** (4 балла) – обучающийся должен показать продвинутый уровень сформированности компетенций, т.е. продемонстрировать глубокие прочные знания и развитые практические умения и навыки, умение сравнивать, оценивать и выбирать методы решения заданий, работать целенаправленно, используя связанные между собой формы представления информации;

– на оценку **«удовлетворительно»** (3 балла) – обучающийся должен показать базовый уровень сформированности компетенций, т.е. показать знания на уровне воспроизведения и объяснения информации, профессиональные, интеллектуальные навыки решения стандартных задач.

– на оценку **«неудовлетворительно»** (2 балла) – обучающийся не обладает необходимой системой знаний, допускает существенные ошибки, не может показать интеллектуальные навыки решения простых задач.

– на оценку **«неудовлетворительно»** (1 балл) – обучающийся не может показать знания на уровне воспроизведения и объяснения информации, не может показать интеллектуальные навыки решения простых задач.

Результаты второго этапа государственного экзамена объявляются в день его проведения.

Обучающийся, успешно сдавший государственный экзамен, допускается к защите выпускной квалификационной работы.

2.1 Содержание государственного экзамена

2.1.1 Перечень тем, проверяемых на первом этапе государственного экзамена

1. Философия, ее место в культуре
2. Исторические типы философии
3. Проблема идеального. Сознание как форма психического отражения

4. Особенности человеческого бытия
5. Общество как развивающаяся система. Культура и цивилизация
6. История в системе гуманитарных наук
7. Цивилизации Древнего мира
8. Эпоха средневековья
9. Новое время XVI-XVIII вв.
10. Модернизация и становление индустриального общества во второй половине XVIII – начале XX вв.
11. Россия и мир в XX – начале XXI в.
12. Новое время и эпоха модернизации
13. Спрос, предложение, рыночное равновесие, эластичность
14. Основы теории производства: издержки производства, выручка, прибыль
15. Основные макроэкономические показатели
16. Макроэкономическая нестабильность: безработица, инфляция
17. Предприятие и фирма. Экономическая природа и целевая функция фирмы
18. Конституционное право
19. Гражданское право
20. Трудовое право
21. Семейное право
22. Уголовное право
23. Я и моё окружение (на иностранном языке)
24. Я и моя учеба (на иностранном языке)
25. Я и мир вокруг меня (на иностранном языке)
26. Я и моя будущая профессия (на иностранном языке)
27. Страна изучаемого языка (на иностранном языке)
28. Формы существования языка
29. Функциональные стили литературного языка
30. Проблема межкультурного взаимодействия
31. Речевое взаимодействие
32. Деловая коммуникация
33. Основные понятия культурологии
34. Христианский тип культуры как взаимодействие конфессий
35. Исламский тип культуры в духовно-историческом контексте взаимодействия
36. Теоретико-методологические основы командообразования и саморазвития
37. Личностные характеристики членов команды
38. Организационно-процессуальные аспекты командной работы
39. Технология создания команды
40. Саморазвитие как условие повышения эффективности личности
41. Диагностика и самодиагностика организма при регулярных занятиях физической культурой и спортом
42. Техническая подготовка и обучение двигательным действиям
43. Методики воспитания физических качеств.
44. Виды спорта
45. Классификация чрезвычайных ситуаций. Система чрезвычайных ситуаций
46. Методы защиты в условиях чрезвычайных ситуаций

2.1.2 Перечень теоретических вопросов, выносимых на второй этап государственного экзамена

Всего в перечень включено 90 вопросов с предлагаемыми вариантами ответов, в каждом тесте выпускнику предлагается 15 вопросов.

Из перечисленного к числу направлений ПР-деятельности по укреплению связей с местным населением относятся:

- [+] а) мероприятия по защите окружающей среды
- [-] б) подготовка и рассылка годового отчета фирмы
- [-] в) распространение сведений о новых товарах компании

Из перечисленного к числу направлений ПР-деятельности по укреплению связей с местным населением относятся:

- [-] а) распространение сведений о новых товарах компании
- [+] б) участие в программах городского развития
- [-] в) подготовка и рассылка годового отчета фирмы

Пиэрменов называют «менеджерами-пограничниками», потому что они:

- [-] а) следят за соблюдением режима секретности
- [-] б) фильтруют информацию, поступающую для руководства
- [+] в) соединяют внутреннюю и внешнюю общественность фирмы

Пейдж при поступлении в качестве пиэрмена в американскую корпорацию АТТ обусловил свое согласие требованием, ставшим важнейшим принципом организации ПР:

- [+] а) Пейдж становился вице-президентом АТТ, участвующим в определении политики компании
- [-] б) право общения со СМИ от своего имени
- [-] в) право самому формировать бюджет ПР-подразделения

В качестве одного из правил подготовки интервью сформулирована необходимость ответа даже на элементарный вопрос, поскольку это:

- [-] а) дает возможность ограничиться красивой фразой
- [-] б) облегчает задачу интервьюируемому
- [+] в) может быть важно для тех, кто недостаточно знает вашу фирму

Подготовка приемов включает составление плана рассадки гостей. К самым почетным относятся места:

-] а) ближе к входу в зал

[+] б) рядом с хозяевами

[-] в) напротив хозяев

Из перечисленного к правилам построения коммуникаций с занятыми относится:

[-] а) увеличение премиального фонда для персонала

[-] б) подготовка и рассылка пресс-релизов в СМИ

[+] в) регулярное исследование отношения занятых к менеджменту

Из перечисленного к правилам построения коммуникаций с занятыми относится:

[+] а) последовательность и регулярность коммуникаций

[-] б) подготовка и рассылка пресс-релизов в СМИ

[-] в) усиление контроля на всех рабочих местах

Интервью:

[-] а) художественное описание работы фирмы

[-] б) обзор событий

[+] в) беседа в форме вопросов и ответов

ПР-отдел организации средних размеров может возглавлять:

[-] а) менеджер по связям с персоналом фирмы

[+] б) вице-президент по связям с общественностью

[-] в) менеджер по связям с общественностью

Фандрайзинговая деятельность:

[+] а) сбор средств на решение социально значимой проблемы

[-] б) участие в работе фондовой биржи

[-] в) пожертвование средств на благотворительные цели

Первая самостоятельная американская ПР-фирма имела название:

[-] а) «Уильям Болдуин»

[+] б) «Паблисити-бюро»

[-] в) «Паркер энд Ли»

Роль ПР-персонала в принятии стратегических решений определяется:

[+] а) вхождением ПР-специалиста в состав «руководящей коман

ды» [-] б) компетентностью ПР-менеджера

[-] в) финансовым обеспечением ПР-службы

Оптимальная продолжительность доклада на конференции составляет:

[-] а) не более 10 минут

[-] б) 2-3 минуты

[+] в) 20 минут

К характеристике массовой коммуникации можно отнести:

[+] а) опосредованный характер

[-] б) непосредственный характер

[-] в) совпадение по времени

Хрестоматийным примером организации специальных событий стал проект Бернайза по проведению юбилея изобретателя Эдиссона. Целью ПР-проекта было:

[-] а) привлечение внимания общественности к необходимости улучшения качества электрооборудования

[+] б) улучшение имиджа компании «Дженерал Электрик», используя юбилей ученого-электрика

[-] в) проведение сбора пожертвований в пользу Эдиссона

Управленческая компетенция специалиста ПР предполагает:

[-] а) владение иностранными языками

[-] б) знание математических методов обработки информации

[+] в) стратегическое мышление

Чтобы содействовать эффективной коммуникации, PR-специалистам необходимо знать мнение различных групп общественности. Для этого следует:

[-] а) налаживать тесное сотрудничество с властями

[+] б) применять научные методы изучения общественного мнения

[-] в) распространять информацию об организации

Определение: «Описание кампании, письмо к акционерам, финансовый обзор», – это средство финансовых коммуникаций:

[-] а) экономическое обозрение

[-] б) корпоративная брошюра

[+] в) годовой отчет компании

Основной недостаток подчинения PR-отдела одному из функциональных подразделений, а не руководству организации состоит том, что:

[-] а) руководитель PR-подразделения теряет шанс стать во главе всей организации

[+] б) теряется возможность поддерживать доверие общественности не к одному подразделению, а ко всей организации

[-] в) утрачивается свобода общения с представителями СМИ

Проведение личных встреч с потребителями позволяет организации:

[+] а) повысить эффективность коммуникаций

[-] б) добиться роста банковских кредитов

[-] в) снизить себестоимость продукции

Среднегодовое количество пресс-релизов, подготовленных ПР-сотрудниками американской корпорации АТТ, составляет:

а) 28

б) 108

в) 90

Контроль исполнения решений, разработанных и принятых взаимодействующими партнерами, проводится на следующем этапе механизма взаимодействия госструктур и общественных объединений:

а) четвертом

б) третьем

в) пятом

Движение от базового состояния субъектов взаимодействия и их отношений к результату, сокращающему разрыв между базовым состоянием и целью, есть план:

а) рабочий

б) перспективный

в) предварительный

Разного вида “мозговые атаки” в основной части переговоров используются для нахождения наиболее приемлемого

а) автора, подающего идею

б) маркетингового проекта

в) варианта решения

Заставить покупателя действовать так, как ей хочется, частная организация может только посредством:

а) вооруженного насилия

б) скрытой рекламы, действующей на подсознание

в) высокого уровня сервиса

Регулируемый законом процесс реализации права и государства, наделяющий качеством быть юридическим лицом гражданской нации, называется:

- [+] а) публично-правовым
- [-] б) политико-правовым
- [-] в) социально-правовым

В определении СМИ как “четвертой власти” отражается их ведущая роль в:

- [-] а) структуре бизнеса и экономики
- [-] б) количестве информационных средств
- [+] в) формировании общественного мнения

По данным социологических служб человек испытывает воздействие СМИ приблизительно:

- [+] а) четвертую часть времени бодрствования
- [-] б) все время бодрствования
- [-] в) половину времени бодрствования

Способ урегулирования конфликтных ситуаций и разрешения противоречий на основе поиска компромиссов и снятия взаимных обвинений участвующих сторон, есть:

- [-] а) диалог
- [+] б) переговоры
- [-] в) конференция

Вопросы для компьютерного тестирования формируются на основе списка теоретических тем, традиционно выносимых на государственный экзамен:

1. Понятие «реклама». Место рекламы в системе интегрированных маркетинговых коммуникаций.
2. Реклама и связи с общественностью: общее и различное. Особенности продвижения товаров и услуг на рынке с помощью рекламы и PR.
3. Рекламный процесс, его принципиальная схема, участники, составляющие, их

взаимодействие

4. Защита прав потребителей от недобросовестной рекламы.
5. Планирование и проведение рекламной кампании.
6. Роль СМИ в формировании общественного мнения.
7. Массовая информация: структура и свойства.
8. Место, роль и значение рекламы в современном гражданском обществе и рыночной экономике.
9. Реклама на телевидении. Преимущества, недостатки, основные характеристики рекламы на телевидении.
10. Реклама на радио: особенности, преимущества и недостатки. Основные виды радиорекламы.
11. Реклама в печатных СМИ преимущества и недостатки. Основные тенденции на рынке рекламы печатных СМИ.
12. Наружная реклама: виды, цели, преимущества и недостатки. Особенности регулирования рынка наружной рекламы в России.
13. Реклама в Сети: преимущества и недостатки медийной и контекстной рекламы.
14. Типология имиджа. Конструирование имиджа организации.
15. Социальные, экономические и политические причины возникновения и развития рекламы. История развития рекламы.
16. Коммуникация и распространение информации в обществе. Определение целевой и ключевой аудитории. Виды и категории целевых аудиторий. Лидеры мнения.
17. Позиционирование и его роль в рекламе.
18. Профессиональные кодексы этики, нравственные и социальные институты рекламной деятельности.
19. Маркетинговые исследования в ходе проведения рекламной кампании. Основные цели и задачи. Виды маркетинговых исследований.
20. Семиотика. Роль знаков и символов в рекламе.
21. Понятие «коммуникация». Процесс коммуникации в рекламе и связях с общественностью.
22. Виды мероприятий для СМИ в работе по связям с общественностью: их задачи и содержание.
23. Основные PR-документы в работе специалиста по связям с общественностью: их цели, задачи, характеристика.
24. Структура рекламной и PR-кампании и основные этапы их организации.
25. Реклама в Российской Федерации: история и современность. Особенности современного этапа развития рекламы.
26. Профессиональная этика, неформальные способы регулирования в области рекламы: традиции, нормы, мораль, общественное мнение.
27. Стратегия и тактика медиапланирования.
28. Психологическое воздействие массовой коммуникации в ракурсе теорий социализации и культивирования.
29. Фирменный стиль в рекламе. Основные носители элементов фирменного стиля.
30. Профессиональные требования к специалисту по рекламе.

31. Корпоративные Public Relations. Технология управления репутацией компании.
32. Социальные, экономические и политические причины возникновения и развития рекламы как профессии и отрасли бизнеса. Этапы развития Public Relations за рубежом и в России.
33. Методы оценки эффективности в рекламе и работе по связям с общественностью.
34. Особенности антикризисного PR в бизнесе и политике.
35. Спонсорство и благотворительность: общее и различное. Виды спонсоров и спонсорской деятельности. Роль спонсорства в работе по связям с общественностью.
36. Типология имиджа. Конструирование имиджа организации.
37. Коммуникация и распространение информации в обществе. Определение целевой и ключевой аудитории. Виды и категории целевых аудиторий. Лидеры мнения.
38. Брендинг: сущность и содержание. Различия понятий: товарный знак, торговая марка, бренд. Бренд-менеджмент как средство эффективного позиционирования компании и/или фирменных товаров.
39. Виды и организация рабочих мероприятий по связям с общественностью.
40. Правовые нормы, стандарты и регуляционные механизмы рекламной и PR-деятельности (Закон РФ «О рекламе», Закон РФ «О товарных знаках и наименованиях мест происхождения товара», Закон РФ «О защите прав потребителей», Закон РФ «О средствах массовой информации»).
41. Политическая коммуникация в современном обществе. Общественное мнение как элемент политической коммуникации.
42. Информационные войны: история и современность.
43. Работа с государственными и общественно-политическими организациями. Лоббирование: цели, формы и методы.
44. Выставка и ярмарка как эффективные средства маркетинговой коммуникации. технология работы на выставке. Ярмарке
45. PR как управленческая деятельность.
46. Место и роль консалтинга в PR-деятельности.
47. Классическая риторика. Теория аргументации. Герменевтика. Теория переговоров как науки коммуникационного цикла: их цель, задачи, роль в профессиональном становлении специалиста по связям с общественностью..
48. Перфомансная коммуникация и её роль в связях с общественностью.
49. Процедурные технологии: фасилитация и медиация. Виды, направления, применение.
50. Специальные события как маркетинговая коммуникация.

2.1.3 Перечень практических заданий, выносимых на второй этап государственного экзамена в качестве кейс-задания:

1 Задание: Подготовка технического задания для спонсорского теле- радиорепортажа: выбор актуальной проблемы, определение объекта, построение драматургии,

демонстрация навыков проведения расследования, работа с видеорядом, владение техникой интервьюирования. Хронометраж итогового материала 1,5-3 минуты.

2 Задание: Создание медиабрифа для рекламного радиорепортажа. Необходимые элементы звуоряда: диалог, монолог, бытовые шумы, звуки улицы (природы).

Хронометраж итогового материала — 3-5 минуты.

3 Задание: Написание PR- текста «под картинку» (отработка актуальных новостных тем) и создание короткого видео.

Хронометраж итогового материала 1-1,5 минуты.

4 Задание: Подготовка текстового сопровождения видеосюжета в формате «No comments». Студент должен самостоятельно найти в Интернете видео-материал о событии и создать собственный закадровый текст.

Хронометраж итогового материала 1-1,5 минуты.

5 Задание: Переформатирование PR- статьи в новостной сюжет для телевизионной программы или репортаж. Запишите закадровый текст и один стендап.

Хронометраж итогового материала 1,5 -3 минуты.

6 Задание: запись интервью для ТВ. Этапы работы при подготовке задания: монтаж, озвучивание, подбор видеоряда, подбор музыки.

Хронометраж итогового материала — 3-5 минуты.

7 Задание: Реконструкция сюжетной основы цикловой протелепередачи после просмотра.

8 Задание: Редукция видео (перемонтаж с сокращением хронометража) и написание текста для нового видеосюжета с поиском в нужной информации на новостных интернет-ресурсах и в архивах СМИ.

Хронометраж итогового материала 1,5 -3 минуты.

9 Задание: Переработайте текст газетного репортажа в закадровый текст (с синхронами) телерепортажа. Запишите закадровый текст на диктофон.

Хронометраж итогового материала 1,5 -3 минуты.

10 Задание: Напишите материал для периодического издания в жанре эссе.

11 Задание: Напишите рецензию для периодического издания о любимом художественном произведении. На основе этой рецензии создайте материал в этом же жанре для радио с учетом специфики этого вида СМИ и восприятия информации как аудиопотока.

12 Задание. Подготовьте аналитическую статью для газеты «Магнитогорский металл» с учетом следующих параметров:

редакционная политика,

актуальная повестка,

интересы аудитории,

жанровые требования

соответственно жанр и издание меняем при необходимости.

13 Задание. Разработайте оптимальную редакционную структуру для молодежного интернет-издания с учетом текущей экономической ситуации и финансовой целесообразности, существующего конкурентного окружения, предполагаемого формата СМИ.

14 Задание. Проанализируйте контент магнитогорского интернет-издания «Магсити74». Разработайте месячный контент план для данного ресурса. Предложенные темы должны укладываться в формат, соответствовать интересам ЦА и при этом быть оригинальными (не дублировать существующие темы, рубрики, разделы).

15 Задание. Подготовьте социальный фоторепортаж на заданную тему: от 10 до 15 фотографий, создайте заголовок и сопровождающий текст-подпись к фоторепортажу, укажите, в каких городских печатных или электронных СМИ он может быть опубликован, обоснуйте.

Инструкция по работе с кейсом (алгоритм действий обучающихся)

- анализ заданий кейса, их технологической специфики;
- разработка вариантов создания итогового продукта с учетом техзадания;
- выбор оптимального алгоритма для создания итогового продукта;
- этап непосредственного создания конечного продукта;
- презентация итогового продукта (написание рецензии, фоторепортаж, переозвучка видео и т.д.) продукта и пояснений к нему.

Рекомендации по осуществлению кейс-задания (для создания авторского продукта наиболее значимы пункты 1-3, 6-8; для решения редакторско-управленческой задачи важны пункты 1-2, 4-5, 7-8).

1. Внимательно прочтите задание кейса и убедитесь в том, что Вы хорошо поняли, что Вас просят сделать.
2. Произведите селекцию теоретических знаний и практических навыков, которые необходимо применить при выполнении заданий кейса.
3. Подумайте, какое оборудование потребуется для создания кейса.

4. Проанализируйте (сформулируйте) специфику предложенного для работы средства массовой информации. Обратите внимание на особенности:
 - целевой аудитории;
 - тематическое своеобразие;
 - жанровую палитру
 - другие факторы, оказывающие влияние на формирование узнаваемого лица и бренда издания.
5. Изучите существующее (потенциальное) конкурентное окружение, сформируйте представление о том, насколько анализируемое СМИ является (может быть) уникальным и релевантным для аудитории.
6. Проанализируйте особенности производства медиапродукта с учётом актуальной новостной повестки и текущей экономической ситуации.
7. Создайте конечный продукт (структуру, контент-план), опираясь на полученные в ходе предыдущего анализа данные.
8. Подготовьте план работы по созданию итогового авторского/редакторского продукта.

Презентация результатов анализа кейсов

В case-study используются письменная отчет-презентация мультимедийном в виде. Письменный отчет – презентация включает в себя готовый авторский или редакторский продукт и пояснения к выбору форм и методов его воплощения с учетом вводных условий задачи кейса. Письменная форма позволяет комиссии тщательно проанализировать всю информацию.

Критерии оценки выполнения кейс-заданий

1. Соответствие конечного продукта основным критериям технического задания кейса:
 - при создании авторского продукта - техническое мастерство (уровень монтажа, верстки, дизайн продукта, количество знаков, соответствие жанру, разработанность темы, соответствие формату заявленного СМИ, актуальность материала и т.п.);
 - при решении редакторской или проектной задачи - профессиональная компетенция при выполнении заданий кейса, понимание системы массовых коммуникаций, особенностей разных типов СМИ, механизмов функционирования редакций, медиапланирования и медиаэкономики. Доказательность и убедительность, наличие собственного взгляда на проблему, аргументированность и полнота выводов
2. Форма представления выполненного кейса, качество публичной речи, ее невербальное сопровождение и качество презентации.

Максимальное количество баллов за каждый уровень кейса:

Соответствие техническому заданию, уровень профессиональной компетенции – 60 б.
Качество представления, речевая культура и невербальное сопровождение – 40б.
Итого: 100 б.

Критерии оценки кейса: «отлично» – 80-100, «хорошо» – 60-79, «удовлетворительно» – 40-59, «неудовлетворительно» – меньше 40 б.

2.1.4 Перечень рекомендуемой литературы для подготовки к государственному экзамену

1. Бужинская, Д. С. Композиция публицистического текста : учебное пособие / Д. С. Бужинская, О. И. Соловьева ; МГТУ. - [2-е изд., подгот. по печ. изд. 2014 г.]. - Магнитогорск : МГТУ, 2017. - 1 электрон. опт. диск (CD-ROM). - Загл. с титул. экрана. -

URL: <https://host.megaprolib.net/MP0109/Download/MObject/20392> (дата обращения: 12.07.2023).

Макрообъект. - Текст : электронный. - Сведения доступны также на CD-ROM.

2. Бужинская, Д. С. Литературное редактирование: работа редактора с фактическим материалом : учебно-методическое пособие / Д. С. Бужинская ; МГТУ. - Магнитогорск : МГТУ, 2018. - 1 электрон. опт. диск (CD-ROM). - Загл. с титул. экрана. - URL: <https://host.megaprolib.net/MP0109/Download/MObject/2301> (дата обращения: 8.06.2023). - Макрообъект. - Текст : электронный. - Сведения доступны также на CD-ROM.

3. История отечественной журналистики XX века : практикум [для вузов] / составитель А. В. Подгорская ; Магнитогорский гос. технический ун-т им. Г. И. Носова. - Магнитогорск : МГТУ им. Г. И. Носова, 2019. - 1 CD-ROM. - Загл. с титул. экрана. - URL: <https://host.megaprolib.net/MP0109/Download/MObject/2664> (дата обращения: 26.07.2023). - Макрообъект. - Текст : электронный. - Сведения доступны также на CD-ROM.

4. Максимова, А. М. Периодическая печать в системе СМИ : учебное пособие [для вузов] / А. М. Максимова ; Магнитогорский гос. технический ун-т им. Г. И. Носова. - Магнитогорск : МГТУ им. Г. И. Носова, 2019. - 1 CD-ROM. - ISBN 978-5-9967-1661-6. - Загл. с титул. экрана. URL: <https://host.megaprolib.net/MP0109/Download/MObject/2653> (дата обращения: 24.08.2023). - Макрообъект. - Текст : электронный. - Сведения доступны также на CD-ROM.

5. Максимова, А. М. Техника и технология Интернет-СМИ : практикум / А. М. Максимова ; МГТУ. - Магнитогорск : МГТУ, 2019. - 1 электрон. опт. диск (CD-ROM). - Загл. с титул. экрана. - URL: <https://host.megaprolib.net/MP0109/Download/MObject/2444> (дата обращения: 14.07.2023). - Макрообъект. - Текст : электронный. - Сведения доступны также на CD-ROM.

6. Подгорская, А. В. История отечественной журналистики XVIII - первой половины XIX веков : практикум [для вузов] / А. В. Подгорская ; Магнитогорский гос. технический ун-т им. Г. И. Носова. - Магнитогорск : МГТУ им. Г. И. Носова, 2022. - 1 CD-ROM. - Загл. с титул. экрана. - URL: <https://host.megaprolib.net/MP0109/Download/MObject/3277> (дата обращения: 27.04.2023). - Макрообъект. - Текст : электронный. - Сведения доступны также на CD-ROM.

7. Зайцева, Е. М. Связи с общественностью в органах власти : учебное пособие / Е. М. Зайцева ; МГТУ. - Магнитогорск : МГТУ, 2017. - 1 электрон. опт. диск (CD-ROM). - Загл. с титул. экрана. - URL: <https://host.megaprolib.net/MP0109/Download/MObject/20538> (дата обращения: 24.07.2023). - Макрообъект. - Текст : электронный. - Сведения доступны также на CD-ROM.

8. Стилистический и жанровый аспекты медиакритики и профессиональной этики как составляющих имидж журналиста : учебное пособие [для вузов] / составители: Д. С. Бужинская, О. Е. Чернова ; Магнитогорский гос. технический ун-т им. Г. И. Носова. - Магнитогорск : МГТУ им. Г. И. Носова, 2019. - 1 CD-ROM. - Загл. с титул. экрана. - URL: <https://host.megaprolib.net/MP0109/Download/MObject/2428> (дата обращения: 03.07.2023). - Макрообъект. - Текст : электронный. - Сведения доступны также на CD-ROM.

9. Теория и практика массовой информации. Основы теории журналистики : учебное пособие [для вузов] / составитель А. В. Подгорская ; Магнитогорский гос. технический ун-т им. Г. И. Носова. - Магнитогорск : МГТУ им. Г. И. Носова, 2020. - 1 CD-ROM. - ISBN 978-5-9967-1792-7. - Загл. с титул. экрана. - URL:

<https://host.megaprolib.net/MP0109/Download/MObject/2721> (дата обращения: 04.10.2023). - Макрообъект. - Текст : электронный. - Сведения доступны также на CD-ROM.

10. Организация учебных и производственных практик, подготовка к итоговой государственной аттестации : учебно-методическое пособие / сост. : Д. С. Бужинская, А. В. Подгорская, Т. А. Славута, А. М. Юсупова ; МГТУ. - Магнитогорск : МГТУ, 2018. - 1 электрон. опт. диск (CD-ROM). - Загл. с титул. экрана. - На тит. л. сост. указаны как авт. - URL:

<https://host.megaprolib.net/MP0109/Download/MObject/2162> (дата обращения: 04.09.2023). - Макрообъект. - Текст : электронный. - Сведения доступны также на CD-ROM.

2.1.5 Рекомендации обучающимся по подготовке к государственному экзамену

Подготовка к тестированию

При подготовке к тестированию обучающемуся рекомендуется внимательно изучить структуру теста, оценить объем времени, выделяемого на данный тест, увидеть, какого типа задания в нем содержатся. Следует начинать отвечать на те вопросы, в правильности решения которых нет сомнений, пока не останавливаясь на тех, которые могут вызвать долгие раздумья. Необходимо внимательно читать задания до конца, не пытаясь понять условия «по первым словам» или ориентируясь на «подобные задания» в предыдущих тестированиях, – это приводит к ошибкам в самых легких вопросах. Рекомендуется пропустить вопрос, если обучающийся не знает ответа или не уверен в его правильности, чтобы потом к нему вернуться. Как правило, задания в тестах не связаны друг с другом непосредственно, поэтому необходимо концентрироваться на данном вопросе и находить решения, подходящие именно к нему. Обучающийся может не искать сразу правильный вариант ответа, а последовательно исключать те, которые очевидно ошибочны: метод исключения позволяет в итоге сконцентрировать внимание на одном-двух наиболее вероятных вариантах. Следует рассчитывать время выполнения заданий так, чтобы осталась возможность проверить сделанное. Необходимо свести к минимуму процесс угадывания правильных ответов.

При подготовке к тестированию большую помощь оказывают опубликованные сборники тестов, Интернет-тренажеры, позволяющие закрепить знания и приобрести соответствующие психологические навыки саморегуляции и самоконтроля.

Подготовка к выполнению кейс-задания

1. Внимательно прочтите задание кейса и убедитесь в том, что Вы хорошо поняли, что Вас просят сделать.
2. Произведите селекцию теоретических знаний и практических навыков, которые необходимо применить при выполнении заданий кейса.
3. Подумайте, какое оборудование потребуется для создания кейса.
4. Проанализируйте (сформулируйте) специфику предложенного для работы средства массовой информации. Обратите внимание на особенности:
 - целевой аудитории;
 - тематическое своеобразие;

- жанровую палитру
- другие факторы, оказывающие влияние на формирование узнаваемого лица и бренда издания.

5. Изучите существующее (потенциальное) конкурентное окружение, сформируйте представление о том, насколько анализируемое СМИ является (может быть) уникальным и релевантным для аудитории.

6. Проанализируйте особенности производства медиапродукта с учётом актуальной новостной повестки и текущей экономической ситуации.

7. Создайте конечный продукт (структуру, контент-план), опираясь на полученные в ходе предыдущего анализа данные.

8. Подготовьте план работы по созданию итогового авторского/редакторского продукта.

Работа с учебной литературой (конспектом)

При работе с литературой (конспектом) при подготовке к экзамену обучающемуся рекомендуется:

1. Подготовить необходимую информационно-справочную (словари, справочники) и рекомендованную научно-методическую литературу (учебники, учебные пособия) для получения исчерпывающих сведений по каждому экзаменационному вопросу.

2. Уточнить наличие содержания и объем материала в лекциях и учебной литературе для раскрытия вопроса.

3. Дополнить конспекты недостающей информацией по отдельным аспектам, без которых невозможен полный ответ.

Основные виды систематизированной записи прочитанного:

- аннотирование – предельно краткое связное описание просмотренной или прочитанной книги (статьи), ее содержания, источников, характера и назначения;

- планирование – краткая логическая организация текста, раскрывающая содержание и структуру изучаемого материала;

- тезирование – лаконичное воспроизведение основных утверждений автора без привлечения фактического материала;

- цитирование – дословное выписывание из текста выдержек, извлечений, наиболее существенно отражающих ту или иную мысль автора;

- конспектирование – краткое и последовательное изложение содержания прочитанного.

4. Распределить весь материал на части с учетом их сложности, составить график подготовки к экзамену.

5. Внимательно прочитать материал конспекта, учебника или другого источника информации, с целью уточнений отдельных положений, структурирования информации, дополнения рабочих записей.

8. Повторно прочитать содержание вопроса, пропуская или бегло просматривая те части материала, которые были усвоены на предыдущем этапе.

9. Прочитать еще раз материал с установкой на запоминание. Запоминать следует не текст, а его смысл и его логику. В первую очередь необходимо запомнить термины, основные определения, понятия, законы, принципы, аксиомы, свойства изучаемых процессов и явлений, основные влияющие факторы, их взаимосвязи. Полезно составлять опорные конспекты.

10. Многократное повторение материала с постепенным «сжиманием» его в объеме способствует хорошему усвоению и запоминанию.

11. В последний день подготовки к экзамену следует проговорить краткие ответы на все вопросы, а на тех, которые вызывают сомнения, остановитесь более подробно.

3. Порядок подготовки и защиты выпускной квалификационной работы

Выполнение и защита выпускной квалификационной работы является одной из форм государственной итоговой аттестации и завершающим звеном профессиональной подготовки бакалавра по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, профиль «Коммуникации в цифровой среде».

При выполнении выпускной квалификационной работы обучающиеся должны показать свои знания, умения и навыки самостоятельно решать на современном уровне задачи своей профессиональной деятельности, профессионально излагать специальную информацию, научно аргументировать и защищать свою точку зрения.

Обучающий, выполняющий выпускную квалификационную работу, должен показать свою способность и умение:

- определять и формулировать проблему исследования с учетом её актуальности;
- ставить цели исследования и определять задачи, необходимые для достижения поставленных целей;
- анализировать и обобщать теоретический и эмпирический материал по теме исследования, выявлять противоречия, делать выводы;
- применять теоретические знания при решении практических задач;
- применять на практике систему методов и методик избранной научной отрасли;
- определять перспективы практического применения основных результатов проведенного исследования;
- делать заключение по теме исследования, обозначать перспективы дальнейшего изучения исследуемого вопроса;
- оформлять работу в соответствии с установленными требованиями.

3.1 Подготовительный этап выполнения выпускной квалификационной работы

3.1.1 Выбор темы выпускной квалификационной работы

Студенту предоставляется право выбора темы выпускной квалификационной работы вплоть до предложения своей темы с необходимым обоснованием целесообразности её разработки. Не допускается закрепление за студентом темы ВКР, не соответствующей специализации выпускающей кафедры (примерная тематика ВКР представлена в *приложении 1*). Утверждение тем ВКР и назначение руководителя утверждается приказом по университету.

3.1.2 Функции руководителя выпускной квалификационной работы

Для подготовки выпускной квалификационной работы обучающемуся назначается руководитель и, при необходимости, консультанты.

Руководитель ВКР помогает обучающемуся сформулировать объект, предмет исследования, выявить его актуальность, научную новизну, разработать план исследования; в процессе работы проводит систематические консультации.

Подготовка ВКР обучающимся и отчет перед руководителем реализуется согласно календарному графику работы. Календарный график работы обучающегося составляется на весь период выполнения ВКР с указанием очередности выполнения отдельных этапов и сроков отчетности по выполнению работы перед руководителем.

3.2 Требования к выпускной квалификационной работе

При подготовке выпускной квалификационной работы обучающийся руководствуется методическими указаниями

Организация учебных и производственных практик, подготовка к итоговой государственной аттестации : учебно-методическое пособие / сост. : Д. С. Бужинская, А. В. Подгорская, Т. А. Славута, А. М. Юсупова ; МГТУ. - Магнитогорск : МГТУ, 2018. - 1 электрон. опт. диск (CD-ROM). - Загл. с титул. экрана. - На тит. л. сост. указаны как авт. - URL: <https://host.megaprolib.net/MP0109/Download/MObject/2162> (дата обращения: 04.09.2023). - Макрообъект. - Текст : электронный. - Сведения доступны также на CD-ROM.

3.3 Порядок защиты выпускной квалификационной работы

Вопрос о допуске ВКР к защите решается на заседании выпускающей кафедры, где проходит её предварительная защита и определяется соответствие работы предъявляемым требованиям. К заседанию кафедры, которое проводится на завершающем этапе производственной – преддипломной практики (не позднее, чем за 1 месяц до защиты), обучающийся готовит краткую аннотацию работы объёмом не более 3 страниц на основе данных, полученных в результате самостоятельного научного исследования. В аннотации отражаются наиболее важные аспекты ВКР. По результатам предзащиты кафедра даёт предварительное заключение о допуске ВКР к защите. Результаты предзащиты ВКР отражаются в протоколе заседания кафедры. Лица, не прошедшие предзащиту, к защите ВКР не допускаются.

Законченная выпускная квалификационная работа должна пройти процедуру нормоконтроля, включая проверку на объём заимствований, а затем быть представлена руководителю для оформления письменного отзыва.

Выпускная квалификационная работа, подписанная заведующим кафедрой, имеющая отзыв руководителя, допускается к защите и передаётся в государственную экзаменационную комиссию не позднее, чем за 2 (два) календарных дня до даты защиты, также работа размещается в электронно-библиотечной системе университета.

Объявление о защите выпускных работ вывешивается на кафедре за несколько дней до защиты.

Объявление о защите выпускных работ вывешивается на кафедре за 10 дней до процедуры публичной защиты.

Защита выпускной квалификационной работы проводится на заседании государственной экзаменационной комиссии и является публичной. Процедура защиты одной ВКР не должна превышать 30 минут.

Для сообщения обучающемуся предоставляется не более 10 минут. Сообщение по содержанию ВКР сопровождается необходимыми графическими материалами и/или презентацией с раздаточным материалом для членов ГЭК. В ГЭК могут быть представлены также другие материалы, характеризующие научную и практическую ценность выполненной ВКР – печатные статьи с участием выпускника по теме ВКР, документы, подтверждающие апробацию материалов диссертации в виде докладов на конференциях различного уровня и т.п.

В своем выступлении обучающийся должен отразить:

- содержание проблемы и актуальность исследования;
- цель и задачи исследования;
- объект и предмет исследования;
- методику своего исследования;
- полученные теоретические и практические результаты исследования;
- выводы и заключение.

В выступлении должны быть четко обозначены результаты, полученные в ходе исследования, отмечена теоретическая и практическая ценность полученных результатов.

По окончании выступления выпускнику задаются вопросы по теме его работы. Вопросы могут задавать все присутствующие. Все вопросы протоколируются.

Затем слово предоставляется научному руководителю, который дает характеристику работы. При отсутствии руководителя отзыв зачитывается одним из членов ГЭК.

Затем председатель ГЭК просит присутствующих выступить по существу выпускной квалификационной работы. Выступления членов комиссии и присутствующих на защите (до 2- 3 мин. на одного выступающего) в порядке свободной дискуссии и обмена мнениями не являются обязательным элементом процедуры, поэтому, в случае отсутствия желающих выступить, он может быть опущен.

После дискуссии по теме работы студент выступает с заключительным словом. Этика защиты предписывает при этом выразить благодарность руководителю за проделанную работу, а также членам ГЭК и всем присутствующим за внимание.

3.4 Критерии оценки выпускной квалификационной работы

Результаты защиты ВКР определяются оценками: «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно» и объявляются *в день защиты*.

Решение об оценке принимается на закрытом заседании ГЭК по окончании процедуры защиты всех работ, намеченных на данное заседание. Для оценки ВКР государственная экзаменационная комиссия руководствуется следующими критериями:

актуальность темы;
научно-практическое значение темы;
качество выполнения работы, включая демонстрационные и презентационные материалы;
репрезентативность доклада и адекватность ответов на вопросы;
умение представлять работу на защите, уровень речевой культуры.

Оценка «**отлично**» (5 баллов) выставляется в случае, если:

- в работе четко сформулирована актуальность проблемы, цель, задачи, мотивирован выбор объекта и предмет его описания;
- в работе отражена теоретическая и практическая значимость полученных результатов;
- работа содержит список литературы, достаточно полно отражающий основную проблематику исследования, учитывает современные публикации;
- студент продемонстрировал знания научных методов исследования, понимание исходного понятийного аппарата по обсуждаемой теме исследования;

- работа отражает проблемное изложение теоретического материала, глубокие научно- теоретические и практические обоснования выдвигаемых положений;
- в работе получены значимые результаты и сделаны убедительные теоретические и практические выводы, содержащие ответ на решаемые в исследовании задачи;
- интерпретация языковых и литературных явлений и процессов осуществляется на основе аргументировано отобранных существующих современных научных теорий и концепций;
- в заключении работы логично и последовательно, кратко и четко излагаются теоретические выводы и предложения;
- текст работы отличается логичностью, смысловой законченностью, целостностью и связностью, языковая и стилистическая культура оформления работы отражают высокую культуру автора;
- отсутствуют элементы плагиата;
- в работе отсутствуют различные типы ошибок (орфографические, пунктуационные, грамматические, стилистические и др.);
- оформление работы соответствует требованиям локальных актов;
- доклад и демонстрационные материалы обладают высокой степенью репрезентативности;
- студент дал развернутые и полные ответы на вопросы членов ГЭК.

Оценка «**хорошо**» (4 балла) выставляется в случае, если:

- исследование удовлетворяет требованиям актуальности и новизны; содержит достаточно глубокий теоретический анализ избранной проблемы;
- в работе студент продемонстрировал знание теоретических основ филологии; понимание исходного понятийного аппарата по обсуждаемой теме исследования; выдвинул научно- обоснованные практические рекомендации;
- студент проявил глубокое знание и понимание теоретических вопросов, связанных с избранной проблемой;
- структура работы в основном соответствует изложенным требованиям; однако выводы и/или заключение работы неполны;
- оформление работы в основном соответствует требованиям локальных актов;
- работа выполнена компилятивным методом;
- работа содержит ряд ошибок (орфографических, пунктуационных, грамматических, стилистических и др.), опечаток и/или технических погрешностей;
- доклад и демонстрационные материалы обладают достаточной степенью репрезентативности;
- при ответе на вопросы членов ГЭК допущены небольшие неточности или ответы не отличались полнотой.

Оценка «**удовлетворительно**» (3 балла) выставляется в случае, если:

- в работе недостаточно глубоко разработана научно-теоретическая база защищаемой проблемы;
- практические рекомендации не подкреплены конкретным фактическим материалом;
- студент на защите не проявил достаточного знания и понимания теоретических вопросов, связанных с проблемой исследования;
- нарушена логичность и стройность системы авторских доказательств, структурная

упорядоченность оформления работы;

отсутствуют выводы по главам, заключение не отражает теоретической и практической значимости результатов исследования;

в работе допущен ряд ошибок различного типа (орфографические, пунктуационные, грамматические, стилистические, фактические и др.), отмечаются и технические погрешности;

отсутствует наглядное представление работы;

студент испытывал затруднения при ответах на вопросы членов ГЭК.

Оценка **«неудовлетворительно»** (2 балла) выставляется в случае, если:

работа выполнена не самостоятельно, студент на защите не может обосновать результаты представленного исследования;

обучающийся допускает существенные ошибки при ответе на вопросы членов ГЭК.

Оценка **«неудовлетворительно»** (1 балл) выставляется за необоснованные выводы, за значительные отклонения от требований в оформлении и представлении работы, отсутствие наглядного представления работы, когда обучающийся не может ответить на вопросы членов ГЭК.

Оценки **«отлично»**, **«хорошо»**, **«удовлетворительно»** означают успешное прохождение государственного аттестационного испытания, что является основанием для выдачи обучающемуся документа о высшем образовании и о квалификации образца, установленного Министерством образования и науки Российской Федерации.

Примерный перечень тем выпускных квалификационных работ
(ежегодно обновляется и утверждается на заседании кафедры)

1. Формирование имиджа коммерческой организации средствами PR (на конкретном примере)
2. Совершенствование PR деятельности организации (на конкретном примере)
3. Программа продвижения коммерческой организации в сети Интернет (на конкретном примере)
4. Совершенствование PR деятельности телекоммуникационных компаний (на конкретном примере)
5. Совершенствование PR деятельности некоммерческой организации (на конкретном примере)
6. Совершенствование PR деятельности образовательного учреждения (на конкретном примере)
7. Совершенствование PR деятельности банковской организации (на конкретном примере)
8. Совершенствование PR деятельности страховой организации (на конкретном примере)
9. Совершенствование технологий событийного PR в продвижении коммерческих брендов (на конкретном примере)
10. Совершенствование PR деятельности промышленного предприятия (на конкретном примере)
11. Совершенствование PR деятельности рекламного агентства (на конкретном примере)
12. Разработка PR-кампании по продвижению молодежных спортивных мероприятий (на конкретном примере)
13. Планирование PR-кампании, осуществляемой коммерческой организацией (на конкретном примере)
14. Совершенствование PR деятельности, направленной на развитие внутренней корпоративной культуры (на конкретном примере)
15. Совершенствование PR деятельности, направленной на формирование корпоративного имиджа (на конкретном примере)
16. Совершенствование рекламной и PR деятельности спортивных клубов (на конкретном примере)
17. Разработка рекламной и PR-кампании деятельности благотворительных организаций (на конкретном примере)
18. Совершенствование PR деятельности организации автомобильной промышленности (на конкретном примере)
19. Разработка (совершенствование) рекламной и PR-кампании организации гостиничного комплекса (на конкретном примере)
20. Совершенствование PR деятельности как инструмента продвижения товаров и услуг (на конкретном примере)
21. Совершенствование PR деятельности организации как инструмента развития товарного бренда (на конкретном примере)

22. Совершенствование PR деятельности международной организации (на конкретном примере)
23. Совершенствование PR деятельности консалтинговой компании (на конкретном примере)
24. Разработка коммуникационной стратегии организации на основе интегрированных маркетинговых коммуникаций (на конкретном примере)
25. Совершенствование управления рекламной кампанией предприятия, организации (на конкретном примере).
26. Совершенствование управления рекламной деятельностью (на конкретном примере)
27. Разработка предложений по визуальному представлению рекламы: афиша, витрина, вывеска (на конкретном примере)
28. Совершенствование использования POS-материалов в торговой рекламе (на конкретном примере)
29. Разработка ценовой стратегии реализации рекламного пространства нового медиа (на конкретном примере)
30. Разработка социальной кампании рекламными средствами (на конкретном материале)
31. Совершенствование технологии производства рекламного продукта (на конкретном примере)
32. Совершенствование рекламной деятельности организации (на конкретном примере)
33. Разработка специализированной рекламной кампании организации (на конкретном примере)
34. Совершенствование управления рекламной кампанией (на конкретном примере)
35. Планирование PR-акции и рекламной деятельности (на конкретном примере)
36. Управление PR-акцией и рекламной деятельностью организации (на конкретном примере)
37. Рекомендации по повышению эффективности PR-акций и рекламной деятельности организации (на конкретном примере)
38. Совершенствование процессов планирования и организации рекламной деятельности предприятия (на конкретном примере)
39. Анализ и совершенствование PR и рекламной деятельности малого предприятия (на конкретном примере)
40. Социальные PR-проекты: особенности разработки и реализации (на примере конкретного PR-проекта)
41. Совершенствование социального брендинга в деятельности организации (на примере конкретной организации)
42. Связи с общественностью в органах государственного управления: состояние, проблемы, направления совершенствования и перспективы развития (на конкретном примере)
43. Пресс-служба организации и СМИ: технологии взаимодействия и перспективы развития (на конкретном примере)
44. Технологии производства информационных материалов и взаимодействие со СМИ (на примере конкретной PR-кампании)

45. Служба связей с общественностью как технология коммуникационного обеспечения деятельности организации (на примере конкретной организации)