

Нестеренко Ирина Юрьевна

Подписано цифровой подписью: Нестеренко

Ирина Юрьевна

Дата: 2024.10.16 16:04:59 +05'00'

**УРАЛЬСКИЙ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ИНСТИТУТ (филиал)
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО УЧРЕЖДЕНИЯ ПРОФСОЮЗОВ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«АКАДЕМИЯ ТРУДА И СОЦИАЛЬНЫХ ОТНОШЕНИЙ»**

Кафедра экономики



УТВЕРЖДАЮ

Заместитель директора Ур СЭИ (филиал) ОУП
ВО «АТиСО» по УВР

О.В. Зубкова

« 23 » апреля 2024 г.

ПРОГРАММА

ГОСУДАРСТВЕННОЙ ИТОГОВОЙ АТТЕСТАЦИИ

Направление 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

(код и наименование направления подготовки)

Профиль «Реклама и связи с общественностью»

Направленность (профиль) подготовки

Бакалавр

Квалификация (степень) выпускника

Челябинск 2024

Оглавление

1. Общие положения	3
2. Требования к выпускной квалификационной работе и порядку ее выполнения	3
3. Критерии оценки результатов защиты выпускной квалификационной работы	14

1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

1.1 В соответствии с Федеральным законом от 29 декабря 2012 г. № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации» и Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению бакалавриата 42.03.01 Реклама и связи с общественностью освоение Основной профессиональной образовательной программы направления 42.03.01 Реклама и связи с общественностью профиль «Реклама и связи с общественностью» завершается обязательной государственной итоговой аттестацией выпускников Уральского социально-экономического института (филиал) ОУП ВО «АТиСО» (далее – Институт).

1.2 Целью государственной итоговой аттестации является установление уровня подготовки выпускника Института к выполнению профессиональных задач и соответствия его подготовки требованиям ФГОС ВО.

1.3 К видам итоговых аттестационных испытаний государственной итоговой аттестации относится:

– защита выпускной квалификационной работы.

2.ТРЕБОВАНИЯ К ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЕ И ПОРЯДКУ ЕЕ ВЫПОЛНЕНИЯ

2.1.Перечень тем выпускных квалификационных работ

1. Разработка пиар-кампании для некоммерческой организации.
2. Формирование имиджа организации посредством специальных событий.
3. Социальные сети как коммуникационный канал формирования репутации.
4. Корпоративная культура как инструмент формирования внутрикорпоративных коммуникаций.
5. Деятельность пиар-службы для информационного обеспечения реализации национальных проектов.
6. Инструменты сторителлинга в продвижении личного имиджа руководителя общественной организации.
7. Инструменты формирования личного имиджа политика с использованием системы К. Станиславского.
8. Коммуникационное продвижение компании в социальной сети «Вконтакте».
9. Формирование корпоративного имиджа организации.
- 10.Поддержание репутации организации с использованием современных информационных технологий.
- 11.Брендбук как имиджевая составляющая организации.

12. Территориальная идентичность как фактор построения бренда малых городов России.
13. Использование пиар-технологий в сопровождении крупных спортивных мероприятий.
14. Анализ эффективности информационного сопровождения деятельности ФНПР.
15. Корпоративная благотворительность как инструмент пиар.
16. Трансформация музейной коммуникации: актуальные форматы продвижения художественных музеев.
17. Коммуникационные стратегии футбольных клубов как условие формирования комьюнити.
18. Пиар-технологии в киноиндустрии как способ реализации социальных коммуникаций.
19. Использование инструментов интегрированных маркетинговых коммуникаций в социальных медиа.
20. Социальная ответственность как инструмент коммуникационной стратегии продвижения бренда.
21. Анализ эффективности информационного сопровождения деятельности организации.
22. Особенности и проблемы развития рекламы и связей с общественностью в социальной сфере.
23. Особенности продвижения продукции на рынке B2B.
24. Особенности технологии и перспективы развития рекламы и общественных связей в органах государственного управления.
25. Перспективные направления деятельности фирмы в области формирования рекламы и связей с общественностью.
26. Продвижение организации в сети Интернет.
27. Разработка и реализация коммуникационной компании по продвижению туристической фирмы.
28. Совершенствование маркетинговой деятельности образовательного учреждения.
29. Современные инструменты продвижения продукции предприятия.

2.2. Требования к оформлению выпускной квалификационной работы

Требования к оформлению выпускной квалификационной работы изложены в Положении по оформлению курсовых, выпускных квалификационных работ, отчетов по практикам, представленном в методических материалах Ур СЭИ.

2.3. Перечень рекомендуемой литературы для подготовки ВКР

Основная литература

1. Евстафьев, В. А. Креатив в рекламе: учебник: [16+] / В. А. Евстафьев, А. Л. Абасов, М. А. Тюков. – 2-е изд. – Москва: Дашков и К°,

2024. – 390 с.: ил. – (Учебные издания для вузов). – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=709798>. – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-05790-8. – Текст: электронный.

2. Инновационный маркетинг: учебник / И. А. Красюк, С. М. Крымов, Г. Г. Иванов, М. В. Кольган. – 3-е изд. – Москва: Дашков и К°, 2023. – 170 с.: табл. – (Учебные издания для бакалавров). – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=710077>. – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-05283-5. – Текст: электронный.

3. Киселев, А. А. Управление проектами: учебник: [16+] / А. А. Киселев. – Москва: Директ-Медиа, 2023. – 460 с.: ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=697955>. – Библиогр.: с. 439-446. – ISBN 978-5-4499-3517-5. – DOI 10.23681/697955. – Текст: электронный.

4. Кувшинов, Ф. В. Современный медиатекст: теория и практика: учебное пособие: [16+] / Ф. В. Кувшинов; Липецкий государственный педагогический университет им. П. П. Семенова-Тян-Шанского, Институт филологии, Кафедра русского языка и литературы. – Липецк: Липецкий государственный педагогический университет им. П.П. Семенова-Тян-Шанского, 2021. – 91 с.: табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=693948>. – Библиогр.: с. 49-81. – ISBN 978-5-907335-59-2. – Текст: электронный.

5. Основы PR и рекламной деятельности: учебное пособие для студентов бакалавриата направлений 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», 38.03.06 «Торговое дело»: [16+] / В. А. Бондаренко, Н. А. Дадаян, К. А. Дзотцоева [и др.]; под ред. В. А. Бондаренко; Ростовский государственный экономический университет (РИНХ). – Ростов-на-Дону: Издательско-полиграфический комплекс РГЭУ (РИНХ), 2022. – 244 с.: ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=708613>. – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-7972-3042-7. – Текст: электронный.

6. Панкратов, Ф. Г. Основы рекламы: учебник / Ф. Г. Панкратов, Ю. К. Баженов, В. Г. Шахурин. – 18-е изд., стер. – Москва: Дашков и К°, 2022. – 538 с.: ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=684499>. – ISBN 978-5-394-04791-6. – Текст: электронный.

7. Парсаданова, Т. Н. Что нужно знать продюсеру о медиа: учебник / Т. Н. Парсаданова; под ред. Т. Н. Парсадановой; Всероссийский государственный университет кинематографии им. С.А. Герасимова (ВГИК). – Москва: Юнити-Дана, 2024. – 376 с.: ил., табл. – (Продюсерство). – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=712712>. – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-238-03747-9. – Текст: электронный.

8. Синявец, Т. Д. Бренд-менеджмент: учебник для бакалавров по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент»: [16+] / Т. Д. Синявец; Омский государственный университет им. Ф. М. Достоевского. – Омск: Омский

государственный университет им. Ф.М. Достоевского (ОмГУ), 2023. – 207 с.: ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=698866> . – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-7779-2602-9. – Текст: электронный.

9. Шарков, Ф. И. Константы гудвилла: стиль, паблисити, репутация, имидж и бренд фирмы: учебное пособие / Ф. И. Шарков. – 5-е изд., стер. – Москва: Дашков и К°: Издательство Шаркова, 2020. – 272 с.: ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=684227> . – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-03640-8. – Текст: электронный.

10. Шевченко, Д. А. Основы маркетинга и маркетинговых коммуникаций: учебник: [16+] / Д. А. Шевченко. – Москва: Директ-Медиа, 2022. – 268 с.: ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=686477> . – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-4499-3057-6. – DOI 10.23681/686477. – Текст: электронный.

11. Шевченко, Д. А. Основы современного маркетинга: учебник: [16+] / Д. А. Шевченко. – 4-е изд. – Москва: Дашков и К°, 2024. – 614 с.: ил., табл., схем. – (Учебные издания для вузов). – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=709871> . – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-05623-9. – Текст: электронный.

12. Шевченко, Д. А. Основы теории и практики связей общественностью: учебник: [16+] / Д. А. Шевченко. – Москва: Директ-Медиа, 2023. – 484 с.: ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=706870> . – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-4499-3923-4. – DOI 10.23681/706870. – текст: электронный.

13. Шевченко, Д. А. Управление брендом: учебник: [16+] / Д. А. Шевченко, Е. В. Пономарева. – Москва: Директ-Медиа, 2022. – 344 с.: ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=694021> . – Библиогр.: с. 335-339. – ISBN 978-5-4499-3329-4. – Текст: электронный.

14. Шевченко, Д. А. Цифровой маркетинг: учебник: [16+] / Д. А. Шевченко. – Москва: Директ-Медиа, 2022. – 185 с.: ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=686507> . – Библиогр.: с. 174. – ISBN 978-5-4499-3059-0. – Текст: электронный.

15. Шпаковский, В. О. Организация и проведение рекламных мероприятий посредством BTL-коммуникаций: учебное пособие: [16+] / В. О. Шпаковский, Н. М. Чугунова, И. В. Кирильчук. – 4-е изд., стер. – Москва: Дашков и К°, 2020. – 128 с.: ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=573190> . – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-03520-3. – Текст: электронный.

Дополнительная литература

1. HR-брендинг: учебное пособие: авт.-сост. А. И. Коломиец. – Москва: Директ-Медиа, 2022. – 136 с.: ил., табл. – Режим доступа: по подписке.

– URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=683090>. – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-4499-3033-0. – Текст: электронный.

2. Литвиненко, О. В. Правовое обеспечение связей с общественностью: учебное пособие: [16+] / О. В. Литвиненко. – Новосибирск: Сибирский государственный университет телекоммуникаций и информатики, 2021. – 112 с.: табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=694771>. – Библиогр. в кн. – Текст: электронный.

3. Миролубова, А. А. Менеджмент и маркетинг B2B: практико-ориентированный учебник: учебник: [16+] / А. А. Миролубова, О. Л. Ксенофонтова, И. А. Астраханцева. – Москва: Директ-Медиа, 2023. – 176 с.: ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=708439>. – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-4499-4108-4. – DOI 10.23681/708439. – Текст: электронный.

4. Руженцева, Н. Б. Стилистика и литературное редактирование рекламных и PR-текстов: учебное пособие / Н. Б. Руженцева. – 3-е изд. стер. – Москва: ФЛИНТА, 2022. – 184 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=83470>. – ISBN 978-5-9765-1217-7. – Текст: электронный.

5. Сафронова, Н. Б. Маркетинговые исследования: учебное пособие: [16+] / Н. Б. Сафронова. – 4-е изд., стер. – Москва: Дашков и К°, 2022. – 293 с.: ил., табл. – (Учебные издания для бакалавров). – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=684403>. – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-04587-5. – Текст: электронный.

6. Фомичев, А. Н. Управление проектами: учебник / А. Н. Фомичев. – Москва: Дашков и К°, 2023. – 258 с.: схем., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=696997>. – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-05026-8. – Текст: электронный.

7. Шевченко, Д. А. Маркетинг услуг: учебник для вузов: [16+] / Д. А. Шевченко. – Москва: Директ-Медиа, 2023. – 192 с.: ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=700362>. – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-4499-3613-4. – Текст: электронный.

8. Шевченко, Д. А. Стратегический маркетинг: учебник: [16+] / Д. А. Шевченко. – Изд. 2-е, испр. и доп. – Москва; Берлин: Директ-Медиа, 2023. – 372 с.: ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=701347>. – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-4499-3744-5. – DOI 10.23681/701347. – Текст: электронный.

2.4. Методические материалы для оценки ответа на защите выпускной квалификационной работы

Тематика выпускных квалификационных работ определяется выпускающими кафедрами Академии, утверждается на Ученом совете Академии и подлежат ежегодному обновлению в зависимости от потребностей рынка труда и достижений науки и техники. Студенту может предоставляться

право выбора темы выпускной квалификационной работы в установленном в Академии (филиале) порядке, вплоть до предложения своей тематики с необходимым обоснованием целесообразности ее разработки. Для подготовки выпускной квалификационной работы студенту назначается приказом ректора Академии (директора филиала) научный руководитель и при необходимости консультанты.

Для защиты выпускной квалификационной работы студент – дипломник готовит выступление перед членами государственной экзаменационной комиссии по теме своего диплома.

В тексте выступления студент-дипломник должен максимально приближенно к содержанию текста квалификационной работы обосновать ее актуальность, произвести обзор научных работ по аналогичным исследованиям, показать научную новизну и практическую значимость исследования, дать краткий обзор глав и объяснить полученные в тексте результаты теоретических исследований, результаты аналитических разделов и раскрыть содержание экономического обоснования глав раздела проектируемых предложений и рекомендаций. В заключение озвучить обоснованность выводов и предложений.

Использовать в выступлении можно только те данные, которые приведены в квалификационной работе.

Для иллюстрации выступления используют иллюстрационный материал в виде таблиц, графиков, рисунков, который выбираются из разделов выпускной квалификационной работы.

Иллюстрационный материал оформляется в отдельные папки. Количество папок с иллюстрационным материалом определяется количеством членов ГЭК. Также студент при защите работы может использовать медиапрезентации.

2.5.Порядок выполнения выпускной квалификационной работы

Защита выпускной квалификационной работы включает, как правило, следующие моменты:

- представление студента членам комиссии секретарем ГЭК;
- сообщение студента с использованием наглядных материалов и (или) информационных технологий об основных результатах выпускной квалификационной работы (не более 15 минут);
- вопросы членов ГЭК после доклада студента;
- ответы студента на заданные вопросы;
- заслушивание рецензии;
- ответы дипломника на замечания рецензента.

Порядок защиты выпускной квалификационной работы:

Защита ВКР проводится публично, т.е. на открытом заседании ГЭК, на котором могут присутствовать все желающие.

Состав ГЭК формируется из председателя, заместителя, членов ГЭК, технического секретаря. Решения ГЭК правомочны при наличии кворума - не менее двух третей ее членов.

Перед защитой секретарь комиссии приглашает студента-дипломника пройти к трибуне и зачитывает тему ВКР. После этого дипломнику дается слово для выступления с кратким докладом.

В своем докладе дипломник должен кратко изложить цели и задачи дипломной работы, охарактеризовать объект и предмет исследования, объяснить основные положения и выводы, к которым он пришел в результате проведенной работы. Главное внимание в докладе должно быть заострено на ключевых моментах научной новизны и практической значимости выпускной квалификационной работы, их аналитическом обосновании. В заключение доклада нужно дать собственную оценку достигнутым результатам исследования и возможности их практического применения. Во время доклада дипломник может пользоваться иллюстративными материалами и различными вспомогательными средствами для наглядной демонстрации положений ВКР, представить их в виде презентации. От того, насколько четко и выразительно студент сможет выступить с представлением выполненной работы, расставив акценты на достигнутых результатах, настолько убедительным будет его выступление.

По окончании доклада студенту задаются вопросы, на которые он обязан дать аргументированные и исчерпывающие ответы. Помимо членов ГЭК вопросы вправе задавать любые лица, присутствующие на защите. После этого зачитываются отзывы научного руководителя и рецензента, с которыми студент ознакомлен заранее. Студенту предоставляется возможность ответить на содержащиеся в них замечания. В ходе защиты с замечаниями по содержанию ВКР работы может выступить любой из присутствующих.

Продолжительность защиты одной выпускной квалификационной работы не должна превышать 30 минут.

По окончании публичной защиты на закрытом заседании члены ГЭК обсуждают ее результаты. При этом учитываются отзывы научного руководителя и рецензента, апробация работы на научных конференциях, содержательность доклада и ответов на вопросы, качество оформления, научная работа и успеваемость студента за все время обучения в вузе. По итогам обсуждения члены ГЭК принимают решение о присвоении студенту профессиональной квалификации по соответствующему направлению подготовки. Решения ГЭК принимаются большинством голосов ее членов, участвующих в заседании. При равном числе голосов решающий голос принадлежит председателю.

Оценки объявляются в день защиты выпускной квалификационной работы после оформления в установленном порядке протокола заседания комиссии (ГЭК).

В тех случаях, когда защита выпускной квалификационной работы признана неудовлетворительной, ГЭК устанавливает, может ли студент представить к повторной защите ту же работу с доработкой, определяемой

комиссией, либо обязан подготовить новую работу по другой теме, которая утверждается выпускающей кафедрой.

Студенту, не защитившему выпускную квалификационную работу по уважительной причине (документально подтвержденной), ректором вуза может быть продлен срок обучения до следующего периода работы ГЭК по защите выпускных квалификационных работ, но не более чем на один год.

По положительным результатам всех итоговых аттестационных испытаний государственная экзаменационная комиссия принимает решение о присвоении выпускникам соответствующей степени и выдаче диплома.

Выпускник, не прошедший в течение установленного срока всех государственных аттестационных испытаний, входящих в состав государственной итоговой аттестации, отчисляется из института и получает академическую справку.

3. КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ РЕЗУЛЬТАТОВ ЗАЩИТЫ ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЫ

Показатели оценивания	Критерии оценивания	Шкала оценивания
Научный уровень доклада, степень освещенности в нем вопросов темы исследования, значение сделанных выводов и предложений для организации использование специальной научной литературы, нормативных актов, материалов производственной практики Стиль изложения, правильность и научная обоснованность выводов Оформление ВКР	Выпускная квалификационная работа соответствует всем предъявляемым требованиям, в том числе формальным, положительно оценена рецензентом и научным руководителем. Во время защиты студент продемонстрировал: а) умение раскрыть актуальность заявленной темы; доказать научную новизну своей работы и проиллюстрировать ее сформулированными им теоретическими предложениями, а в необходимых случаях - рекомендациями по практическому применению; б) дал исчерпывающие ответы на вопросы научного руководителя, рецензента, членов экзаменационной комиссии; в) грамотное и корректное ведение научной дискуссии. г) выпускная квалификационная работа соответствует всем требованиям к ее оформлению.	Отлично
Научный уровень доклада, степень освещенности в нем вопросов темы исследования, значение сделанных выводов и предложений для организации использование специальной научной литературы, нормативных актов, материалов производственной практики Стиль изложения, правильность и научная обоснованность выводов Оформление ВКР	Выпускная квалификационная работа соответствует всем предъявляемым требованиям к написанию и оформлению. При этом во время защиты студент при наличии отдельных недочетов, продемонстрировал: а) умение раскрыть актуальность заявленной темы; доказать научную новизну своей работы и проиллюстрировать ее сформулированными им теоретическими предложениями, а в необходимых случаях - рекомендациями по практическому использованию; б) умение грамотно и корректно вести научную дискуссию. Оценка «хорошо» выставляется студенту, если он недостаточно четко и полно ответил на вопросы научного руководителя, рецензента, членов экзаменационной комиссии. в) выпускная квалификационная работа соответствует требованиям к ее оформлению.	Хорошо

Научный уровень доклада, степень освещенности в нем вопросов темы исследования, значение сделанных выводов и предложений для организации, использование специальной научной литературы, нормативных актов, материалов производственной практики Стиль изложения, правильность и научная обоснованность выводов Оформление ВКР	Выпускная квалификационная работа в целом соответствует предъявляемым требованиям. Однако во время защиты студент: а) нечетко раскрыл актуальность темы исследования; не смог убедительно обосновать научную новизну своей работы; не предложил теоретических разработок, а в необходимых случаях - рекомендаций по практическому применению исследований по работе; б) не смог надлежащим образом ответить на вопросы научного руководителя, рецензента, членов экзаменационной комиссии. в) выпускная квалификационная работа в основном соответствует всем требованиям к ее оформлению.	Удовлетворительно
Научный уровень доклада, степень освещенности в нем вопросов темы исследования, значение сделанных выводов и предложений для организации, использование специальной научной литературы, нормативных актов, материалов производственной практики Стиль изложения, правильность и научная обоснованность выводов Оформление ВКР	Выпускная квалификационная работа не соответствующей предъявляемым требованиям. Неудовлетворительная оценка выставляется также, если во время защиты студент: а) не раскрыл актуальность темы исследования или не обосновал научную новизну своей работы, не предложил теоретических разработок, а в необходимых случаях - рекомендаций по практическому применению исследований по работе; б) не смог ответить на вопросы научного руководителя, рецензента, членов экзаменационной комиссии. Оценка «неудовлетворительно» также выставляется, если во время защиты у членов экзаменационной комиссии возникли обоснованные сомнения в том, что студент является автором представленной к защите выпускной квалификационной работы (не ориентируется в тексте работы; не может дать ответы на уточняющие вопросы, касающиеся сформулированных в работе теоретических и практических предложений и т.д.). Такое решение принимается и в том случае, если работа соответствует всем предъявляемым требованиям. г) выпускная квалификационная работа не соответствует требованиям к ее оформлению.	Неудовлетворительно