

Министерство науки и высшего образования РФ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

**ПРОГРАММА ГОСУДАРСТВЕННОЙ ИТОГОВОЙ
АТТЕСТАЦИИ**

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

42.03.01.31 Рекламный маркетинг

Красноярск 2023

Разработчик Ноздренко Е.А. зав.кафедрой, доцент

Программа принята на заседании кафедры рекламы и социально-культурной деятельности «30» августа 2021 года, протокол № 1 .

1 Общая характеристика государственной итоговой аттестации

1.1 Целью проведения государственной итоговой аттестации (далее ГИА) является определение соответствия результатов освоения обучающимися основной образовательной программы высшего образования соответствующим требованиям ФГОС ВО 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

1.2 Основные задачи государственной итоговой аттестации направлены на формирование и проверку освоения следующих компетенций:

- Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач (УК-1);
- Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений (УК-2);
- Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде (УК-3);
- Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах) (УК-4);
- Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах (УК-5);
- Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни (УК-6);
- Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности (УК-7);
- Способен создавать и поддерживать в повседневной жизни и в профессиональной деятельности безопасные условия жизнедеятельности для сохранения природной среды, обеспечивания устойчивого развития общества, в том числе при угрозе и возникновении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов (УК-8);
- Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности (УК-9);
- Способен формировать нетерпимое отношение к проявлениям экстремизма, терроризма, коррупционному поведению и противодействовать им в профессиональной деятельности (УК-10);
- Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем (ОПК-1);
- Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах (ОПК-2);
- Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов (ОПК-3);

- Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности (ОПК-4);
- Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования (ОПК-5);
- Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности (ОПК-6);
- Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности (ОПК-7);
- Способен организовывать маркетинговые исследования с использованием современных информационно-коммуникационных технологий (ПК-1);
- Способен выявлять факторы, определяющие потребительский спрос, существенные характеристики целевой аудитории потребителей (ПК-2);
- Способен разрабатывать маркетинговые стратегии на основе интеграции различных средств продвижения в комплексе маркетинговых коммуникаций (ПК-3);
- Способен осуществлять планирование мероприятий по продвижению продукции (ПК-4).

1.3 Формы проведения государственной итоговой аттестации. ГИА проводится в форме защиты выпускной квалификационной работы.

1.4 Объем государственной итоговой аттестации в ЗЕ. Общий объем государственной итоговой аттестации составляет 6 з.е.

1.5 Особенности проведения ГИА. Государственная итоговая аттестации проводится на русском языке.

2. Структура и содержание государственной итоговой аттестации

2.1 Государственный экзамен по образовательной программе 42.03.01.01 «Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере» учебным планом не предусмотрен.

2.2 Выпускная квалификационная работа

ВКР представляет собой выполненную обучающимся (несколькими обучающимися совместно) работу, демонстрирующую уровень подготовленности выпускника к самостоятельной профессиональной деятельности.

2.2.1 Выпускная квалификационная работа выполняется в виде бакалаврской работы. Выпускная квалификационная работа представляет собой законченное самостоятельное научное исследование с демонстрацией практических (в т.ч. исследовательских) навыков или работу прикладного характера, в которой решается конкретная задача, актуальная в области рекламы и связей с общественностью. При этом она должна содержать элемент новизны и лишь частично иметь реферативный характер (объем прямого цитирования (с кавычками и с указанием источника) не должен превышать 20 % всего текста ВКР бакалавра).

В бакалаврской работе студент должен продемонстрировать понимание специфики технологий рекламы и связей с общественностью, умение использовать полученные знания в профессиональной работе. В содержание выпускной квалификационной работы входят:

- 1) изучение исследовательских источников (монографической и периодической научной литературы и т.д.) по проблеме исследования;
- 2) социологическое исследование с целью выявления проблемы и путей поиска их решения в рамках заявленной темы ВКР;
- 3) самостоятельная исследовательская работа студента по избранной теме, анализ результатов и выводы.

Структура работы состоит из введения, двух глав (в каждой из которых не менее двух параграфов, в логической последовательности раскрывающих проблематику главы), заключения, списка литературы и приложений. Объем работы - не менее 60 страниц текста, набранных на компьютере.

Требования к структуре введения: Введение состоит из десяти обязательных пунктов: актуальность темы исследования; степень изученности проблемы; объект исследования; предмет исследования; цель исследования; задачи исследования; методологические основы работы (кроме методов, включает перечисление теорий и концепций, используемых в работе, с мотивацией их применения в данном исследовании); гипотеза работы; теоретическая и практическая значимость результатов исследования; содержание работы (структура).

В выпускной квалификационной работе студент должен:

- определить проблему, соответствующую теме исследования, и выбрать методы ее решения;
- осуществить поиск и сбор необходимой информации;
- проанализировать собранные сведения, содержащиеся как в научной литературе, так и материалах практических исследований с учетом специфики темы и определяемых ею проблем;
- сформулировать аргументированные выводы исследования и предложить проектные решения;
- профессионально изложить материалы исследования и оформить работу с учетом требований, регламентируемых системой менеджмента качества «Общие требования к построению, изложению и оформлению документов учебной деятельности» в СФУ;
- подготовить публичное выступление на защите выпускной квалификационной работы.

Оформление работы. Оформление - одна из важнейших стадий работы над выпускной квалификационной работой бакалавра. ВКР должна быть оформлена аккуратно с соблюдением всех требований. Общие требования к оформлению ВКР изложены в документе СФУ «Стандарт организации

«Система менеджмента качества. Общие требования к построению, изложению и оформлению документов учебной деятельности»» на сайте в соответствующем разделе.

2.2.2. Перечень примерных тем ВКР:

1. Маркетинговые стратегии брендов в условиях кризисного рынка (с указанием продуктовой категории, целевой аудитории и т.д.)
2. Формирование бренда на рынке (с указанием рынка, продуктовой категории, целевой аудитории и т.д.)
3. Роль рекламы в продвижении индустрии Красноярского края (с указанием рынка, продуктовой категории, целевой аудитории и т.д.)
4. Альтернативный маркетинг как эффективная технология продвижения (с указанием рынка, продуктовой категории, целевой аудитории и т.д.).
5. Фестивальная реклама: маркетинговый и культуротворческий потенциал
6. Рекламное позиционирование (с указанием рынка, продуктовой категории, целевой аудитории и т.д.).
7. Особенности маркетинговых технологий продвижения (с указанием рынка, продуктовой категории, целевой аудитории и т.д.).
8. Событийный маркетинг как технология формирования имиджа организации.
9. Арт-объекты и их роль в PR-кампании социально-культурных мероприятий городов Красноярского края.
10. Маркетинг в продвижении услуг организации в сфере B2B.
11. Коммуникационные стратегии в продвижении уникального торгового предложения (с указанием рынка, продуктовой категории, целевой аудитории и т.д.).
12. Особенности PR-деятельности (с указанием рынка, продуктовой категории, целевой аудитории и т.д.).
13. Специфика продвижения бизнеса на локальных рынках (с указанием рынка, продуктовой категории, целевой аудитории и т.д.).
14. Имидж как оптимальная технология в условиях экономического кризиса (с указанием рынка, продуктовой категории, целевой аудитории и т.д.).
15. Общественные тренды как факторы, влияющие на потребительское поведение.
16. Мотивов патриотизма в рекламе / PR как метод продвижения продукта на рынок (с указанием рынка, продуктовой категории, целевой аудитории и т.д.).
17. Особенности применения социальных сетей в продвижении компании на рынке (с указанием рынка, продуктовой категории, целевой аудитории и т.д.).
18. Инструменты Public Relations при формировании имиджа (с указанием рынка, продуктовой категории, целевой аудитории и т.д.).
19. Роль социальных стереотипов в разработке коммерческого рекламного продукта.
20. Особенности формирования стратегий брендинга на региональном рынке (с указанием рынка, продуктовой категории, целевой аудитории и т.д.).
21. Кросс-культурные особенности региональной рекламы на рынке (с указанием рынка, продуктовой категории, целевой аудитории и т.д.).
22. Нормативно-правовые механизмы регулирования рекламы (с указанием рынка, продуктовой категории, целевой аудитории и т.д.).

2.2.3 Порядок выполнения выпускной квалификационной работы. ГИА проводится в сроки, предусмотренные учебным планом, утвержденные графиком учебного процесса, расписанием ГИА, но не позднее 30 июня. Этапы выполнения выпускной квалификационной работы:

1. Выбор темы ВКР не позднее чем за 5.5 месяцев до начала ГИА, в том числе предложение своей тематики с необходимым обоснованием целесообразности её разработки для практического применения в соответствующей области профессиональной деятельности или на конкретном объекте профессиональной деятельности.

2. Выполнение ВКР согласно графику учебного процесса под руководством научного руководителя, назначенного зав. кафедрой рекламы и социально-культурной деятельности и утвержденного приказом ректора СФУ.

3. Защита ВКР на открытом заседании ГЭК с участием не менее двух третей состава комиссии.

Условия допуска студента к процедуре защиты регламентированы

«Положением о государственной итоговой аттестации выпускников по программам бакалавриата, специалитета и магистратуры». К ГИЛ допускается обучающийся, не имеющий академической задолженности и в полном объеме выполнивший учебный план или индивидуальный учебный план по образовательной программе. Допуск к государственному итоговому аттестационному испытанию оформляется приказом ректора, в зачетной книжке делается соответствующая запись.

2.2.4 Критерии выставления оценок (соответствия уровня подготовки выпускника требованиям стандарта) на основе выполнения и защиты ВКР. По завершении процедуры защиты всех ВКР, намеченных на заседание, на закрытом заседании ГЭК обсуждаются результаты защиты каждого обучающегося и выставляется каждому согласованная итоговая оценка. При определении оценки принимается во внимание: 1) уровень теоретической и практической подготовки обучающегося; 2) качество работы; 3) самостоятельность полученных результатов; 4) оформление работы; 5) ход ее защиты.

Более подробные критерии оценки и шкала оценивания выпускной квалификационной работы и ее защиты представлена в ФОС ГИЛ.

- «отлично» ставится в случае, когда обучающийся самостоятельно выполнил качественную выпускную работу, доложил в докладе основные результаты своего исследования, ответил на все вопросы комиссии;

- «хорошо», в случае, когда обучающийся написал хорошую выпускную работу, доложил в докладе основные результаты своего исследования, но допустил неточность в исследовании или ответе на вопросы комиссии;

- «удовлетворительно», когда обучающийся написал выпускную работу, доложил в докладе основные результаты своего исследования, но допустил ряд неточностей в исследовании или ответе на вопросы комиссии;

- «неудовлетворительно», в случае, когда обучающийся выполнил ВКР не самостоятельно или не смог дать внятные и содержательные ответы на вопросы комиссии.

Каждый член комиссии дает свою оценку, и после обсуждения выносится окончательное решение об оценке работы. При равном числе голосов голос председательствующего является решающим. На этом же заседании ГЭК принимается решение о присвоении квалификации и выдаче документа об образовании и о квалификации (диплом бакалавра с отличием, диплом бакалавра), о рекомендации лучших работ к публикации, рекомендации в магистратуру, представления на конкурс и т.п., о чем делается запись в протоколе заседания ГЭК.

Итоговая оценка заносится в протокол ГЭК по защите выпускной квалификационной работы и зачетную книжку обучающегося, и сообщается выпускнику в день защиты ВКР. Решение о присвоении выпускнику(це) квалификации и выдаче документа об образовании и о квалификации, а также приложения к нему заносится в протокол заседания ГЭК по присвоению квалификации.

3. Описание материально-технической базы

СФУ располагает материально-технической базой, обеспечивающей проведение всех видов работ обучающихся, предусмотренных программой государственной итоговой аттестации, и соответствующей действующим санитарным и противопожарным правилам и нормам. Минимально необходимый для проведения испытаний перечень материально-технического обеспечения включает в себя аудиторию, оборудованную мультимедийным оборудованием. При обучении инвалидов и лиц с ограниченными возможностями обеспечены возможности равного доступа к материально-технической базе университета.