

Частное образовательное учреждение высшего образования
«Курский институт менеджмента, экономики и бизнеса»



УТВЕРЖДАЮ
Проректор по учебной работе

 Н.А. Еськова

31 августа 2023 г.

ПРОГРАММА ГОСУДАРСТВЕННОЙ ИТОГОВОЙ АТТЕСТАЦИИ

**Защита выпускной квалификационной работы, включая подготовку
к процедуре защиты и процедуру защиты**

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

(код и наименование направления подготовки)

**Реклама и связи с общественностью в отраслях и сферах
деятельности**

(наименование направленности (профиля))

Программа государственной итоговой аттестации разработана в соответствии с ФГОС ВО – бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденным приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 08.06.2017 № 512, с Положением о Порядке проведения государственной итоговой аттестации по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата и программам магистратуры в Частном образовательном учреждении высшего образования «Курский институт менеджмента, экономики и бизнеса» и решением Ученого Совета № 1 от 31.08.2023 г. «Об утверждении основной профессиональной образовательной программы высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью».

Авторы:

Д.полит.н., профессор Слатинов В.Б.

К.г.н., доцент Еськова Н.А.

К.полит. н., доцент Подосинников Е.Ю.

К.пед.н., доцент Гусева И.В.

Директор рекламно-полиграфической компании

ООО «Структура печати» Гребнев Д.Е.

Рабочая программа ГИА одобрена на заседании кафедры управления и связей с общественностью

Протокол № 1 от «30» августа 2023 г.

Заведующий кафедрой: к.г.н., доцент Еськова Н.А.

Содержание

1.	Общие положения	4
1.1	Цель государственной итоговой аттестации	4
1.2	Задачи государственной итоговой аттестации	4
1.3	Виды и задачи профессиональной деятельности выпускников	4
1.4	Компетенции выпускника, формируемые в результате освоения ОПОП ВО	5
2.	Структура и сроки проведения государственной итоговой атте- стации	7
2.1	Структура и объем государственной итоговой аттестации	7
2.2	Сроки проведения государственной итоговой аттестации	7
3.	Содержание государственной итоговой аттестации	8
3.1	Требования к выпускным квалификационным работам и порядку их выполнения	8
4.	Материально-техническое и информационное обеспечение госу- дарственной итоговой аттестации	21

1. Общие положения

Государственная итоговая аттестация обучающихся (далее – ГИА) включает Защиту выпускной квалификационной работы, включая подготовку к процедуре защиты и процедуру защиты.

Программа ГИА включает в себя требования к ВКР и порядку ее выполнения, критерии оценки результатов защиты ВКР.

Фонд оценочных материалов для ГИА представлен в программе ГИА и включает в себя:

– перечень компетенций, которыми должны овладеть обучающиеся в результате освоения образовательной программы, с указанием этапа формирования;

– описание показателей и критериев оценивания компетенций, а также шкал оценивания;

– типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов освоения образовательной программы.

1.1. Цель государственной итоговой аттестации

Государственная итоговая аттестация обучающихся является обязательной и проводится государственными экзаменационными комиссиями в целях определения соответствия результатов освоения обучающимися основной профессиональной образовательной программы высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью профиль «Реклама и связи с общественностью в отраслях и сферах деятельности», разработанной в МЭБИК, соответствующим требованиям федерального государственного образовательного стандарта высшего образования (утвержденного приказом Минобрнауки от 08.06.2017 № 512) (далее – ФГОС ВО).

1.2. Задачи государственной итоговой аттестации

Основными задачами ГИА являются:

- оценка знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности;
- определение сформированности компетенций выпускника и уровня его подготовленности к решению профессиональных задач, установленных ОПОП ВО в соответствии с ФГОС ВО и профильной направленностью бакалавриата.

1.3. Типы задач профессиональной деятельности выпускников

Выпускник, освоивший программу 42.03.01 Реклама и связи с общественностью профиль «Реклама и связи с общественностью в отраслях и

сферах деятельности» должен быть подготовлен к решению профессиональных задач в соответствии с профильной направленностью ОПОП ВО бакалавриата и видами профессиональной деятельности:

Таблица 1 - Типы задач и задачи профессиональной деятельности

Типы задач профессиональной деятельности (в соответствии ОПОП ВО)	Задачи профессиональной деятельности	Профессиональный стандарт
проектный	участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществление оперативного планирования и оперативного контроля рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проведение мероприятий по повышению имиджа фирмы, продвижение товаров и услуг на рынок, оценка эффективности рекламной деятельности и связей с общественностью.	06 Связь, информационные и коммуникационные технологии ПС 06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации <i>V/01.6 Организация маркетинговых исследований в области СМИ</i> <i>V/02.6 Разработка маркетинговой стратегии для продукции СМИ</i> ПС 06.013 Специалист по информационным ресурсам <i>C/02.6 Управление информацией из различных источников</i>
	Организация подготовки к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы.	06 Связь, информационные и коммуникационные технологии ПС 06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации <i>V/01.6 Организация маркетинговых исследований в области СМИ</i> <i>V/02.6 Разработка маркетинговой стратегии для продукции СМИ</i>
	Разработка и реализация проектов в сфере рекламы и связей с общественностью.	06 Связь, информационные и коммуникационные технологии ПС 06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации <i>V/01.6 Организация маркетинговых исследований в области СМИ</i> <i>V/02.6 Разработка маркетинговой стратегии для продукции СМИ</i>
	участие в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации, уча-	06 Связь, информационные и коммуникационные технологии ПС 06.013 Специалист по информационным ресурсам <i>C/02.6 Управление информацией из</i>

	стие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий	<i>различных источников</i>
--	--	-----------------------------

1.4. Компетенции выпускника, формируемые в результате освоения ОПОП ВО

В результате освоения программы бакалавриата у выпускника должны быть сформированы общекультурные, общепрофессиональные и профессиональные компетенции. Оценка сформированности компетенций - одна из ключевых задач ГИА.

Таблица 2 - Компетенции выпускника, формируемые в результате освоения ОПОП ВО

Перечень компетенций	
Код	Характеристика
УК	Универсальные компетенции
Системное и критическое мышление	УК-1. Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач
Разработка и реализация проектов	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
Командная работа и лидерство	УК-3. Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде
Коммуникация	УК-4. Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)
Межкультурное взаимодействие	УК-5. Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах
Самоорганизация и саморазвитие (в том числе здоровьесбережение)	УК-6. Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни
	УК-7. Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности
Безопасность жизнедеятельности	УК-8. Способен создавать и поддерживать безопасные условия жизнедеятельности, в том числе при возникновении чрезвычайных ситуаций
ОПК	Общепрофессиональные компетенции:
Продукт профессиональной деятельности	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

Общество и государство	ОПК-2. Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах
Культура	ОПК-3. Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов
Аудитория	ОПК-4. Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности
Медиакоммуникационная система	ОПК-5. 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
Технологии	ОПК-6. Способен использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии
Эффекты	ОПК-7. Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности
ПК	Профессиональные компетенции:
	проектная деятельность:
ПК-1 Медиакоммуникационная система	Способен принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью
ПК-2 Технологии	Способен организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы
ПК-3 Технологии	Способен разрабатывать и реализовывать проекты в сфере рекламы и связей с общественностью
ПК-4 Медиакоммуникационная система	Способен участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации, принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий

2. Структура и сроки проведения государственной итоговой аттестации

2.1. Структура и объем государственной итоговой аттестации

ГИА в полном объеме относится к базовой части ОПОП ВО по направлению подготовки 42.03.01. Реклама и связи с общественностью, профиль «Реклама и связи с общественностью в отраслях и сферах деятельности» (уровень бакалавриата) и проводится в форме защиты выпускной квалификационной работы (далее – ВКР).

Форма проведения ГИА включает: защиту ВКР (публично), включая подготовку к процедуре защиты ВКР.

Объем ГИА составляет 9 з.е. или 324 ак. часа.

2.2. Сроки проведения государственной итоговой аттестации

ГИА проводится в соответствии с учебным планом и календарным учебным графиком по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, профиль «Реклама и связи с общественностью в отраслях и сферах деятельности».

3. Содержание государственной итоговой аттестации

3.1. Требования к выпускным квалификационным работам и порядку их выполнения

Защита ВКР, включая подготовку к процедуре защиты и процедуру защиты выпускной квалификационной работы, является заключительным этапом проведения государственной итоговой аттестации и проводится согласно календарному учебному графику после прохождения обучающимся производственной преддипломной практики.

ВКР представляет собой выполненную обучающимся работу, демонстрирующую уровень подготовленности к самостоятельной профессиональной деятельности.

Цель выполнения ВКР - закрепление, углубление и специализация знаний и навыков студента в области рекламной и PR-деятельности путем самостоятельного решения им конкретных практических задач, предусмотренных квалификацией и профессиональным (в том числе должностным) предназначением.

Специфика данного вида работы заключается в том, что студент должен продемонстрировать:

1. Знание теоретических основ направления подготовки бакалавров.
2. Умение работать с эмпирическими данными (статистические данные, результаты первичных исследований, нормативные правовые акты, наблюдения и прочее).
3. Навыки применения теоретических знаний к изучению конкретных объектов или направлений исследования (новых направлений развития сферы связей с общественностью, возможности Public Relations в коммуникационной практике конкретной организации (компании) или исследования и решения частных проблем современных рыночных (бюджетных) структур).

4. Умение сформулировать и обосновать конкретные рекомендации по улучшению качества рекламного продукта или Public Relations.
5. Умение проведения исследования с учетом запросов и предложений рекламной и медиаиндустрии с целью оценки развития и оценки уровня сформированности общекультурных, ОПК и профессиональных компетенций бакалавра.

Перечень примерных тем выпускных квалификационных работ

1. PR в системе комплекса продвижения (на примере ...).
2. PR-технологии внутри кампании сетевого маркетинга.
3. PR-кампания как способ повышения эффективности работы учреждений культуры (другой отрасли).
4. Авторские и смежные права в PR-деятельности (на конкретном примере защиты новых практических разработок).
5. Анализ PR-деятельности организации (на примере ...)
6. Анализ деятельности по формированию и поддержанию имиджа компании PR-инструментами (на примере ...).
7. Анализ рекламного рынка.
8. Анализ рекламной политики компании (на примере ...)
9. Анализ роли спонсорства и благотворительности в продвижении компании (на примере ...).
10. Анализ технических нововведений в рекламной кампании на конкурентоспособность товара.
11. Бриф как основной инструмент взаимодействия с руководителем.
12. Влияние моды на контекст рекламных роликов.
13. Внутрикorporативные мероприятия как PR-технологии.
14. Гендерные различия при производстве рекламного продукта.
15. Гендерный подход при определении целевой аудитории.
16. Деловое общение как инструмент PR-деятельности.
17. Значение маркетинговых исследований в рекламных кампаниях.
18. Значение фирменной айдентики (фирменного стиля, логотипа, ...).
19. Интеграция PR-технологий в процессе брендинга.
20. Информационные аспекты формирования репутации финансового института.
21. Использование технических средств в СО (на примере...).
22. Исследование организации и проведения кампании по рекламе и СО.
23. Место и роль рекламы в PR-деятельности (на примере ...).
24. Место информационной аналитики в системе рекламы и СО.
25. Место рекламы и СО в маркетинговой кампании издательского дома по продвижению журнала.
26. Методология и методика социологических исследований в сфере СО (на примере результатов исследования ...).
27. Методы анализа реакции зрителя на рекламный продукт.

28. Методы расчета оптимальной частоты появления рекламного продукта.
29. Механизм построения эффективной системы СО (на примере деятельности PR-агентства).
30. Механизм распознавания бренда потребителем.
31. Организация посещения объекта как форма PR-деятельности.
32. Основные кинематографические средства в рекламе и PR-кампаниях.
33. Особенности выставочной деятельности компании-экспонента (на примере ...).
34. Особенности проведения рекламных акций в СМИ.
35. Особенности психологического восприятия информации в кризисных ситуациях.
36. Особенности радиорекламы (на основе контент-анализа радиорекламы).
37. Особенности разработки пресс-релиза (на основе анализа содержания и оформления пресс-релизов).
38. Оценка эффективности PR-кампании.
39. Оценка эффективности рекламной кампании.
40. Паблицити как ключевой аспект взаимодействия PR-службы и СМИ.
41. Понятие креатива и современные проблемы понимания.
42. Понятие о маркетинговых коммуникациях.
43. Понятие о мобильном маркетинге.
44. Правовое и этическое регулирование рекламной деятельности.
45. Правовые аспекты регулирования рекламного рынка в России.
46. Практика СО в сырьевой промышленности России.
47. Принцип построения модели рекламы товаров и услуг.
48. Проблемы и пути формирования имиджа страны на международной арене.
49. Проблемы конструирования персонального имиджа.
50. Проблемы национальной специфики и её роль при построении рекламных кампаний.
51. Проблемы оценки эффективности работы службы по СО (на примере ...).
52. Проблемы оценки эффективности рекламной кампании.
53. Проблемы учета потребительского поведения при построении рекламных акций.
54. Проблемы формирования репутации.
55. Проведение рекламы с участием известных личностей: преимущества и недостатки.
56. Продажа рекламного пространства в системе различных информационных носителей.
57. Профессионально-этические нормы и принципы деятельности специалиста по СО.
58. Пути улучшения эффективности рекламы на телевидении.
59. Разработка PR-стратегии компании.

60. Разработка рекламной кампании (на примере...).
61. Регламентация деятельности и особенности PR-технологий современной пресс-службы.
62. Реклама в печати как элемент массовой коммуникации в PR (на основе контент-анализа печатной рекламы).
63. Реклама в системе комплекса продвижения (на примере ...).
64. Роль и место PR-коммуникаций в кризисных ситуациях.
65. Роль и место креатива в рекламной кампании.
66. Роль и место средств PR в оздоровлении несостоятельных предприятий.
67. Роль и функции специалиста по PR внутри компании.
68. Роль исследовательского отдела в структуре производства рекламы.
69. Роль медиа-проектов в современной системе маркетинга.
70. Роль определения целевой аудитории при построении маркетинговой политики.
71. Роль построения стратегии в сфере рекламы.
72. Роль пресс-службы в продвижении бренда организации.
73. Связи с инвесторами как приоритетное направление в сфере корпоративных коммуникаций.
74. Сеть Интернет как инструмент рекламы.
75. Создание PR-отдела внутри компании.
76. Соотношение креатива и коммуникационных технологий в PR-кампании.
77. Социально-политические и экономические основы PR современных условиях (на примере задач, решаемых подразделением по СО).
78. Специфика PR-деятельности в шоу-бизнесе (на примере ...).
79. Специфика использования телерекламы (на основе анализа телерекламы).
80. Специфика коммуникационной деятельности на предприятии в современных условиях.
81. Спонсорство как средство продвижения имиджа компании.
82. Сравнительная характеристика различных средств продвижения торговой марки.
83. Стратегии медиапланирования (на примере ...).
84. Технологии медиапланирования в системе деятельности по СО (практика опросов и электронных измерений аудитории).
85. Технология и механизм реализации задач PR на потребительском рынке товаров и услуг (на примере продвижения ...).
86. Технология маркетинговых исследований в сфере СО (на примере результатов исследования...).
87. Технология применения эффективной PR-кампании в Интернете (на примере ...).
88. Формирование и поддержание имиджа издательского дома инструментами СО (на примере ...).

89. Формирование имиджа негосударственного вуза.

90. Функции и виды консалтинга в PR (на примере деятельности консалтинговой фирмы).

Полный перечень тем выпускных квалификационных работ утверждается на заседании выпускающей кафедры – кафедры управления и связей с общественностью. К данному перечню обеспечивается беспрепятственный доступ обучающихся на официальной сайте вуза – www.mebik.ru, и электронной образовательной среде вуза.

Кафедра утверждает перечень тем выпускных квалификационных работ, предлагаемых обучающимся (далее - перечень тем), и доводит его до сведения обучающихся не позднее, чем за 6 месяцев до даты начала государственной итоговой аттестации.

По письменному заявлению обучающегося (нескольких обучающихся, выполняющих выпускную квалификационную работу совместно) Институт может в установленном ею порядке предоставить обучающемуся (обучающимся) возможность подготовки и защиты выпускной квалификационной работы по теме, предложенной обучающимся (обучающимися), в случае целесообразности ее разработки для практического применения в соответствующей области профессиональной деятельности или на конкретном объекте профессиональной деятельности.

Требования к выпускным квалификационным работам и критериям их оценки

Выпускная квалификационная работа (далее - ВКР) является обязательной формой итоговой государственной аттестации лиц, завершающих освоение образовательной программы по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью профиль «Реклама и связи с общественностью в отраслях и сферах деятельности».

ВКР представляет собой законченную, самостоятельную работу, в которой решается конкретная задача, актуальная для направления, профиля подготовки и соответствующая видам и задачам профессиональной деятельности (в соответствии с ОПОП ВО).

Общие требования к ВКР определены федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

За актуальность, соответствие тематики выпускной квалификационной работы по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, профиль «Реклама и связи с общественностью в отраслях и сферах деятельности», руководство и организацию её выполнения ответственность несёт непосредственно руководитель работы.

По решению кафедры допускается в качестве тем ВКР выбирать объекты в системе государственного и муниципального управления, объекты и процессы в сфере рекламы и PR за рубежом.

Автор ВКР несет ответственность за качество ее выполнения, а также за своевременное завершение работы.

Порядок выполнения выпускных квалификационных работ

Выпускная квалификационная работа представляет собой самостоятельную и логически завершенную научно-исследовательскую работу, связанную с решением задач организационно-управленческой, проектной, организационно-регулирующей видов деятельности, к которым готовится обучающийся. Научное исследование должно характеризоваться актуальностью, новизной темы исследования.

При планировании образовательного процесса для выполнения ВКР предусматривается производственная преддипломная практика, продолжительность которой регламентируется учебным планом и календарным учебным графиком по направлению подготовки в соответствии с ФГОС ВО.

После закрепления руководителя ВКР (приказом ректора ЧОУ ВО МЭБИК) обучающийся получает задание на выполнение ВКР.

В процессе подготовки работы над ВКР обучающийся осуществляет сбор, анализ и обобщение материалов по выбранной теме исследования, формулирует основные методологические положения и практические выводы.

В выпускной квалификационной работе должны быть подробно разработаны аналитическая, практическая части, а также часть с предложениями по совершенствованию функционирования исследуемой сферы. Каждое предложение должно иметь практическую значимость.

Рекомендуемая тематика выпускных квалификационных работ разрабатывается и утверждается выпускающей кафедрой.

При оформлении выпускной квалификационной работы рекомендуется придерживаться основ ГОСТ 7.32-2017. Межгосударственный стандарт. Система стандартов по информации, библиотечному и издательскому делу. Отчет о научно-исследовательской работе. Структура и правила оформления" [введен в действие Приказом Росстандарта от 24.10.2017 N 1494-ст.], ГОСТ Р 7.0.100-2018. Национальный стандарт Российской Федерации. Система стандартов по информации, библиотечному и издательскому делу. Библиографическая запись. Библиографическое описание. Общие требования и правила составления: утв. и введен в действие Приказом Росстандарта от 03.12.2018 N 1050-ст. и иных требований, указанных в Рекомендациях по написанию и оформлению выпускной квалификационной работы по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

Требования к оформлению ВКР представлены в Рекомендациях по написанию и оформлению выпускной квалификационной работы по направлению подготовки бакалавров 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, профиль «Реклама и связи с общественностью в отраслях и сферах деятельности», которые являются приложением А к данной программе.

Выпускная квалификационная работа выполняется в объеме не менее 50 страниц и обязательно должна содержать следующие структурные элементы:

Таблица 3 - Структурные элементы выпускной квалификационной работы

Наименование структурных элементов ВКР	Бакалавриат
Титульный лист	+
Задание	+
Содержание	+
Введение	+
Основной текст	+
Заключение	+
Список использованных источников, который может содержать:	+
– нормативные правовые документы,	+
– интернет-ресурсы,	+
– иностранные источники	При необходимости
Приложения	+

Во введении: дается научное и практическое обоснование значения и актуальности выбранной темы, цель и задачи исследования;

- формулируется объект и предмет исследования;
- анализируются источники, использованные при написании работы (информационная база);
- перечисляются методы сбора информации и ее анализа;
- указывается краткая структура работы.

Основная часть выпускной квалификационной работы содержит теоретическую, аналитическую и практическую часть, включающие методы и средства исследования; анализ полученных результатов. Она строится в соответствии с разработанным по конкретной теме планом, позволяющим последовательно, логично и доказательно изложить материал и сделать вытекающие из него теоретические и практические выводы.

Основная часть выпускной квалификационной работы делится на 3 главы, которые, в свою очередь включают три параграфа. Деление должно отражать укрупненные взаимосвязанные вопросы, всесторонне и полно отражающие тему исследования. Параграфы не должны содержать более мелких делений.

Количество и состав глав и параграфов определяется особенностями исследуемой темы. Главы и параграфы должны нумероваться и иметь заголовки, полно отражающие их содержание.

Каждый параграф должен завершаться выводами, обобщающими результаты изложения вопроса и содержащими логический переход к следующей части текста.

Примерное содержание глав для ВКР, представляющих собой научное исследование:

СТРУКТУРУ, СОДЕРЖАНИЕ И НАЗВАНИЕ ГЛАВ И ПАРАГРАФОВ СТУДЕНТ ДОЛЖЕН ОПРЕДЕЛЯТЬ ТОЛЬКО СО СВОИМ РУКОВОДИТЕЛЕМ ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЫ НА НАЧАЛЬНОМ ЭТАПЕ.

В первой главе, носящий теоретический характер (в конкретной выпускной квалификационной работе она должна иметь свое название) необходимо представить анализ теоретических основ исследования, показать степень теоретической разработанности темы исследования и сформулировать четкую теоретическую позицию автора по исследуемым вопросам. Рекомендуется один из параграфов первой главы посвятить анализу существующих теоретических подходов к изучаемой проблеме.

Название параграфов и их содержание будет зависеть от конкретной тематики исследования, однако общая схема первой главы ПО ПАРАГРАФАМ должна быть следующей:

Параграф 1.1. рекомендуется посвятить анализу теоретических основ объекта исследования (рекламной и PR-технологии), понятийного аппарата, сущности проблемы, ее научной разработанности, значимости и необходимости государственного вмешательства и др.

Параграф 1.2. рекомендуется посвятить анализу методологии исследования рекламной или PR-деятельности по теме исследования.

Параграф 1.3. рекомендуется посвятить анализу конкретной отраслевой практики реализации рекламных и PR-технологий.

Вторую главу (аналитическую) (в конкретной выпускной квалификационной работе она должна иметь свое название) рекомендуется посвятить позитивному анализу, т.е. изучению существующего состояния предмета исследования.

Глава посвящается предмету исследования – проблеме, преломленной через определенный рынок (или отрасль), в непосредственной связи с деятельностью некой компании. По сути, содержание второй главы представляет собой иллюстрацию того, как теоретические основы, изученные в первой главе, обретают практическое применение, со своими успехами и недостатками. Значительную роль здесь играют такие исследовательские методы, как ситуационный анализ и SWOT-анализ. Во второй главе также описываются условия и ход проведенного прикладного исследования, его стадии и этапы, подводятся общие итоги.

Вторая глава должна непосредственно коррелировать с базой производственной и преддипломной практики, и в ней должны быть представлены результаты проведенных на практике исследований.

Название параграфов и их содержание будет больше модифицироваться у студентов и больше зависеть от конкретной тематики исследования, однако рекомендуемая схема второй главы ПО ПАРАГРАФАМ может быть следующей:

В параграфе 2.1. необходимо представить анализ финансово-хозяйственной деятельности предприятия (организации, органа власти).

Параграф 2.2. рекомендуется посвятить анализу рынка (отрасли) исследуемой компании с точки зрения особенностей PR-деятельности, характеристике изучаемой проблемы на примере компаний-конкурентов; и др.

В параграфе 2.3. следует представить результаты эмпирических исследований (анкетирование, социологический опрос, интервью и др.), оценки экономической или социальной эффективности деятельности, результаты экспертный оценок, SWOT-анализа, проблемного анализа предмета исследования и др. Необходимо обосновать потребность в разработке новых подходов к вопросу для повышения конкурентоспособности исследуемой компании.

При анализе и обработке материалов исследования применяются методы классификации, моделирования, сравнения, группировки, а также средние величины, ряды динамики, графические методы, социологические методы, SWOT-анализ и др.

Эта глава должна включать сравнительный анализ социально-экономических показателей в динамике, оценку прогрессивности методов управленческих решений в исследуемой организации, степени использования финансовых и кадровых ресурсов, и пр.

В третьей главе (проектной) (в конкретной выпускной квалификационной работе она должна иметь свое название) рекомендуется осуществить нормативный анализ объекта исследования, т.е. продемонстрировать разрыв между должным (исходя из теоретических моделей) и существующим состоянием объекта исследования. В третьей главе должны быть представлены развернутые рекомендации по приведению объекта и предмета исследования в должное состояние с соответствующим обоснованием, конкретные шаги по улучшению рекламной или PR-технологии.

Глава должна содержать полноценный рекламный или PR-продукт (стратегию продвижения, рекламную кампанию, PR-кампанию, комплекс интегрированных маркетинговых коммуникаций, бренд-бук, сценарии радио-или видеороликов с диалогами, эскизы макетов и проч.)

Структура (перечень параграфов, их именование и логика) 3 главы не может быть универсальной и непосредственно коррелирует с темой ВКР и местом преддипломной практики. Однако рекомендуемая схема проектной 3 главы может быть следующей:

Параграф 3.1. рекомендуется посвятить определению перспективных рекламных и PR-технологий.

В параграфе 3.2. можно уделить внимание какой-либо узкой проблеме и путям её решения в пределах темы ВКР, которая может быть индикатором

деятельности, существенным фактором развития или сдерживающим фактором для функционирования PR-или рекламной деятельности, реализации PR-технологии.

Параграф 3.3. должен носить проектный (рекомендательный) характер. Основные рекомендации должны быть направлены на экономическое обоснование предложенного авторского рекламного или PR-продукта, предложения по развитию коммуникационной инфраструктуры организации, работу с внутренней и внешней коммуникацией, коммуникацию со СМИ, коммерческими структурами, госслужбами, общественными организациями и пр.; работу с корпоративной культурой (формирование, поддержание), планирование, реализацию коммуникационных кампаний и др.

Основные рекомендации, представленные в параграфе 3.3. (предложения, макет программы, проект и др.) должны быть тщательно обоснованы теоретически, логически, методически, расчетно-аналитически и графически.

Таким образом, проектная глава должна включать обоснование каждого из предложений, описание сущности предложения, количественную оценку мероприятия, характеристику (перечень) работ, организацию внедрения этого мероприятия, ожидаемые результаты.

Основное требование, предъявляемое к третьей проектной главе ВКР состоит в том, что в ней должны быть разработаны конструктивные предложения (рекомендации) и дано всестороннее обоснование целесообразности и эффективности их внедрения, их непротиворечивости действующей нормативно-правовой базе России.

В заключении обобщаются результаты, выводы и предложения, сделанные в основной части ВКР. Количество выводов не может быть меньшим, чем количество параграфов ВКР. Заключение должно содержать конкретные предложения по практическому использованию результатов и выводов работы.

Список использованных источников должен содержать не менее 50 наименований, включающих в себя нормативные правовые акты, официальные документы, статистические сборники, монографии, научные статьи, учебные пособия, ссылки на сайты в Интернете и электронные базы данных. Количество учебных пособий не должно превышать 30% от общего количества источников, указанных в списке.

В приложения к ВКР следует включать вспомогательные материалы, которые необходимы для более полного обоснования выводов по анализу, основных предложений, рекомендаций. Такими материалами могут быть расчеты, вспомогательные таблицы, действующие методики, выдержки из нормативных актов, диаграммы, логические схемы, фотографии и т.д.

ВКР по данному направлению разработанный рекламный или PR-продукт содержать в обязательном порядке медиа-приложение (видео-ролик, аудио-сопровождение, электронные макеты и др.)

При оформлении списка использованных источников рекомендуется руководствоваться основами ГОСТ Р 7.0.100-2018. Национальный стан-

дарт Российской Федерации. Система стандартов по информации, библиотечному и издательскому делу. Библиографическая запись. Библиографическое описание. Общие требования и правила составления: утв. и введен в действие Приказом Росстандарта от 03.12.2018 N 1050-ст.

Основные этапы выполнения выпускной квалификационной работы представлены в таблице 4.

Таблица 4 - Основные этапы разработки выпускной квалификационной работы

№ п/п	Наименование этапов разработки выпускной квалификационной работы
1	Обсуждение темы и получение задания на выполнение выпускной квалификационной работы
2	Определение содержания выпускной квалификационной работы
3	Сбор информации и ее обработка
4	Анализ и обобщение материалов по выбранной теме
5	Формулирование основных методологических положений и практических выводов
6	Оформление выпускной квалификационной работы
7	Представление выпускной квалификационной работы руководителю
8	Проверка выпускной квалификационной работы на объем заимствования
10	Подготовка доклада по выпускной квалификационной работе
11	Защита выпускной квалификационной работы

Наименование этапов разработки выпускной квалификационной работы определяет руководитель работы.

1. Определение темы выпускной квалификационной работы. Обучающемуся предоставляется право выбора темы выпускной квалификационной работы. Он может предложить для выпускной квалификационной работы тему, не вошедшую в рекомендуемую тематику, с обоснованием целесообразности ее разработки.

Кафедра утверждает тему выпускной квалификационной работы и назначает научного руководителя из числа профессоров, доцентов или старших преподавателей кафедры.

При утверждении темы выпускной квалификационной работы учитываются: актуальность проблемы, степень ее разработанности, наличие у обучающегося опыта работы по направлению, участие в научно-исследовательской работе и его успеваемость.

Темы выпускных работ и закрепленные руководители утверждаются приказом ректора.

2. Определение содержания ВКР. Обучающийся совместно с руководителем ВКР разрабатывает план написания ВКР, который согласуется с тематикой исследования.

3. Изучение и анализ источников по теме ВКР. На этом этапе выполняется анализ существующих подходов и методов согласно направлению исследования.

4. Изучение объекта исследования в период производственной (преддипломной) практики. Составляется индивидуальное задание на период прохождения производственной (преддипломной) практики, учитывающее направление исследования, обобщение и анализ полученных материалов.

В период прохождения практики обучающиеся должны провести исследования, выполнить расчетные работы, обосновать эффективность предлагаемых решений.

5. Написание содержательной части ВКР. Первый вариант выпускной квалификационной работы предоставляется научному руководителю на бумажном носителе и в электронном виде. Далее обучающимся выполняется корректировка текста.

6. Подготовка графических и табличных материалов для защиты. Для наглядного представления результатов исследования рекомендуется подготовка презентации.

7. Представление ВКР руководителю и предзащита. Обсуждение выпускной квалификационной работы выполняется на заседании кафедры. Принимается решение о допуске к защите. Руководитель ВКР предоставляет отзыв.

8. Подготовка к защите ВКР. На этом этапе подготавливается сообщение для публичного представления результатов исследования.

9. Защита ВКР. Порядок защиты выпускной квалификационной работы бакалавра определяется Положением о порядке проведения государственной итоговой аттестации по ОПОП ВО – программам бакалавриата и программам магистратуры в Частном образовательном учреждении высшего образования «Курский институт менеджмента, экономики и бизнеса»,. Защита выпускных квалификационных работ осуществляется на открытом заседании ГЭК.

Защита выпускной квалификационной работы организуется следующим порядком:

- сообщение студента о выполненной работе с демонстрацией соответствующего иллюстрационного материала – презентации, демонстрационного материала (не более 6 минут);
- ответы студента на вопросы членов ГЭК;
- оглашение отзыва научного руководителя, полученного на выпускную квалификационную работу, справки о внедрении и иных значимых для защиты документов;
- заключительное слово студента.

Все присутствующие на заседании могут задавать вопросы и участвовать в научной дискуссии.

Более подробно требования к написанию, оформлению и защите ВКР представлено в Рекомендациях по написанию и оформлению выпускной квалификационной работы по направлению подготовки бакалавров 42.03.01 Реклама и связи с общественностью профиль «Реклама и связи с общественностью в отраслях и сферах деятельности».

Критерии оценки результатов защиты выпускной квалификационной работы

Оценочные материалы для проведения ГИА обучающихся представлены в ФОМ к ГИА и являются приложением к программе ГИА.

Результаты защиты ВКР определяются оценками «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

Таблица 5 - Шкала и критерии оценивания результатов защиты ВКР

Оценка	Критерии
«отлично»	Работа содержит самостоятельное оригинальное решение проблемы исследования, в которой предлагаются авторские проекты разрешения задач по наиболее актуальным вопросам, широко использованы научные методы исследования, содержатся глубокие научно-теоретические и практические обоснования выдвигаемых положений и рекомендаций и в целом отвечающая всем, без исключения, требованиям, предъявляемым к ВКР.
«хорошо»	Работа выполнена компилятивным методом, содержит достаточно глубокий теоретический анализ избранной проблемы, выдвигает научно обоснованные практические рекомендации и отвечает основным требованиям, предъявляемым к дипломным работам.
«удовлетворительно»	В работе недостаточно глубоко разработана научно-теоретическая база защищаемой проблемы, практические рекомендации не подкреплены конкретными исследованиями, а также не учтены основные требования, предъявляемые к ВКР.
«неудовлетворительно»	Работа не содержит научно-теоретического и практического исследования проблем ВКР и не отвечает основным требованиям, предъявляемым аттестационной комиссией к ВКР.

В соответствии с Положением о Порядке проведения государственной итоговой аттестации по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата и программам магистратуры в Частном образовательном учреждении высшего образования «Курский институт менеджмента,

экономики и бизнеса» по результатам государственных аттестационных испытаний обучающийся имеет право на апелляцию.

Обучающийся имеет право подать в апелляционную комиссию письменную апелляцию о нарушении, по его мнению, установленной процедуры проведения государственного аттестационного испытания и (или) несогласии с результатами государственного экзамена.

Апелляция подается лично обучающимся в апелляционную комиссию не позднее следующего рабочего дня после объявления результатов государственного аттестационного испытания.

Для рассмотрения апелляции секретарь государственной экзаменационной комиссии направляет в апелляционную комиссию протокол заседания государственной экзаменационной комиссии, заключение председателя государственной экзаменационной комиссии о соблюдении процедурных вопросов при проведении государственного аттестационного испытания, а также выпускную квалификационную работу, отзыв и рецензию (рецензии) (для рассмотрения апелляции по проведению защиты выпускной квалификационной работы).

Апелляция рассматривается не позднее 2 рабочих дней со дня подачи апелляции на заседании апелляционной комиссии, на которое приглашаются председатель государственной экзаменационной комиссии и обучающийся, подавший апелляцию.

Решение апелляционной комиссии доводится до сведения обучающегося, подавшего апелляцию, в течение 3 рабочих дней со дня заседания апелляционной комиссии.

Факт ознакомления обучающегося, подавшего апелляцию, с решением апелляционной комиссии удостоверяется подписью обучающегося.

Решение апелляционной комиссии является окончательным и пересмотру не подлежит.

4. Материально-техническое и информационное обеспечение государственной итоговой аттестации

Для проведения ГИА, которая включает защиту выпускной квалификационной работы, включая подготовку к процедуре защиты и процедуру защиты, предусмотрено следующее материально-техническое обеспечение.

Таблица 6 - Материально-техническое обеспечение ГИА

Наименование оборудованных учебных кабинетов, лабораторий	Перечень оборудования и технических средств обучения
Процедура защиты выпускной квалификационной работы	305000, Российская Федерация, Курская область, г. Курск, ул. Радищева, дом 35, Ауд. 309 Учебная аудитория для проведения занятий лекционного и семинарского типа, групповых и

Наименование оборудованных учебных кабинетов, лабораторий	Перечень оборудования и технических средств обучения
	<p>индивидуальных консультаций, текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации</p> <p>Столы учебные., стулья, стол для переговоров составной, микрофоны, системы усиления звука с пультом, картины, тумбочка, кондиционеры., проектор Infocus, доска маркерная, экран подвесной, доска мультимедийная, телевизор, рециркулятор бактерицидный, часы, флипчарт, кулер</p>
Подготовка к процедуре защиты	
<p>Аудитория для самостоятельной работы обучающихся</p>	<p>305000, Российская Федерация, Курская область, г. Курск, ул. Радищева, дом 35, ауд. 204</p> <p>Столы компьютерные; стулья; персональные компьютеры IntelCorei5-3330/4GB/500 GB; жалюзи; доска маркерная; огнетушитель; сплит-система</p> <p>Программное обеспечение: Windows7 (№48509295 от 17.05.2011), MSOffice 2007 (№43224817 от 19.12.2007), NVDA, LibreOffice, Lazarus, FreePascal, ConsultantPlus (Договор №459363 от 21.11.2019), Gimp</p>
<p>Компьютерные классы</p>	<p>110- учебная аудитории для проведения занятий лекционного и семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации</p> <p>Специализированная аудитория, оборудованная для проведения занятий по информационным технологиям (305000, Российская Федерация, Курская область, г. Курск, ул. Радищева, дом 35)</p> <p>Столы компьютерные; стулья; стол учеб. (стол лектора); шкафы</p> <p>Персональные компьютеры AMD Ryzen 5 3400G/8GB/250GB; Intel Core i3/8GB/250GB доска одинарная стационарная; сплит-система; жалюзи; огнетушители; кресла; стенд, рециркулятор бактерицидный</p> <p>Программное обеспечение: AstraLinux Опел, LibreOffice, Inskape, Gimp, Geany, Visual Studio Code, IntelliJ IDEA, PyCharm, Consultant Plus. 1С учебная версия 8.3</p>

Наименование оборудованных учебных кабинетов, лабораторий	Перечень оборудования и технических средств обучения
	<p>Интерактивная панель Geckotouch Interactive IP75GT-C, проектор Epson EH-TW 740</p> <p>302 - учебная аудитории для проведения занятий лекционного и семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации (305000, Российская Федерация, Курская область, г. Курск, ул. Радищева, дом 35)</p> <p>Жалюзи; столы компьютерные; стулья; персональные компьютеры AMD Ryzen 5 3400G/250GB, огнетушители, сплит-система, рециркулятор бактерицидный, проектор Epson EB-X400, выдвижной экран, доска маркерная 3-х створчатая, доска маркерная передвижная</p> <p>Интерактивная панель Geckotouch Interactive IP86GT-C</p> <p>Программное обеспечение: AstraLinux Орел, LibreOffice, Inkscape, Gimp, Geany, Visual Studio Code, IntelliJ IDEA, PyCharm, Consultant Plus. 1С учебная версия 8.3</p>
Библиотека	<p>305000, Российская Федерация, Курская область, г. Курск, ул. Радищева, дом 35, ауд. 005</p> <p>Книжный фонд библиотеки (каталожная система библиотеки – для обучения студентов умению пользоваться системой поиска литературы, столы однотумбовые, стулья, стол учебный, стол компьютерный, компьютеры., принтер, стеллаж односторонний, стеллаж двухсторонний, подставка под книги, каталог, сплит-система, сейф, книжная полка, стеллаж под газеты, огнетушитель.</p> <p>Программное обеспечение: Windows 7 (№ 48509295 от 17.05. 2011), MS Office 2010 (№48509295 от 17.05. 2011), NVDA, Consultant Plus (Договор №459363 от 21.11.2019), Lazarus, OpenOffice, Gimp</p>
Читальный зал библиотеки	<p>305000, Российская Федерация, Курская область, г. Курск, ул. Радищева, дом 35, ауд. 006</p> <p>Стол, стол однотумбовый, стулья, жалюзи, ком-</p>

Наименование оборудованных учебных кабинетов, лабораторий	Перечень оборудования и технических средств обучения
	<p>пьютеры, стол компьютерный, стеллажи книжные одностворчатый, стеллажи книжные двухств., стремянка, шкаф одностворчатый, вешалки, часы, каталожный ящик, телефон, кафедра, стеллажи книжные односторонние, полки книжные, доска односекционная, сканер, принтер</p> <p>Программное обеспечение: WindowsXP (№42036743 от 16.04.2007), MS Office 2007 (№43224817 от 19.12.2007), Consultant Plus (Договор №459363 от 21.11.2019).</p>
<p>Специальная учебная аудитория для проведения занятий лекционного и семинарского типов, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья</p>	<p>305000, Российская Федерация, Курская область, г. Курск, ул. Радищева, дом 35, Ауд. 001</p> <p>Специальная учебная аудитория для проведения занятий лекционного и семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья</p> <p>Столы, стулья; стол для инвалида-колясочника; стол для инвалида по зрению, доска передвижная; жалюзи; портативная индукционная система</p>

При осуществлении образовательного процесса студентами и профессорско-преподавательским составом используются программного обеспечения и информационные справочные системы, представленные в таблице 7. Таблица 7 – Перечень программного обеспечения и информационных справочных систем

Перечень программного обеспечения
1. ConsultantPlus (правовая информационная система, договор №459363 от 21.11.2019, российское ПО)
2. Windows 7 (операционная система, договор № 48509295 от 17.05. 2011)
3. MSOffice2010 (комплект офисного ПО, договор № 48509295 от 17.05. 2011)

4. Lazarus (открытая среда разработки программного обеспечения на языке ObjectPascal для компилятора FreePascal, открытое ПО)
5. OpenOffice (комплект офисного ПО, открытое ПО)
6. NVDA (ПО для помощи людям с ОВЗ управлять компьютером, открытое ПО)
7. WindowsXP (операционная система, лицензия №42036743 от 16.04.2007)
8. MSOffice 2007 (комплект офисного ПО, лицензия №43224817 от 19.12.2007)
9. AstraLinux Орел (операционная система на базе DebianGNU/Linux, открытое ПО)
10. LibreOffice (кроссплатформенный, свободно распространяемый офисный пакет с открытым исходным кодом, открытое ПО)
Перечень информационных справочных систем
1. Научная электронная библиотека, ИСС, http://elibrary.ru
2. Российская Государственная библиотека, ИСС, http://www.rsl.ru
3. Федеральная служба государственной статистики, база данных, https://rosstat.gov.ru/
4. Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Курской области, база данных, https://46.rosstat.gov.ru/
5. Электронно-библиотечная система Znanium.com, база данных,
6. Официальный интернет-портал правовой информации, база данных http://pravo.gov.ru/
7. Научная библиотека КиберЛенинка, ИСС, http://cyberleninka.ru/
8. Федеральный портал проектов нормативных правовых актов, база данных, https://regulation.gov.ru/
9. Информационно-правовой портал Право.ru, ИСС, https://pravo.ru/
10. Университетская информационная система РОССИЯ (УИС Россия), ИСС, http://uisrussia.msu.ru/
11. Федеральный портал «Российское образование», ИСС, http://www.edu.ru/
12. Федеральный образовательный портал «Экономика. Социология. Менеджмент» (электронные статьи), ИСС, http:// www.ecsocman.edu.ru

При проведении ГИА с применением электронного обучения, дистанционных образовательных технологий вуз обеспечивает идентификацию личности обучающихся и контроль соблюдения требований, установленных Положением о порядке проведения государственной итоговой аттестации по ОПОП ВО – программам бакалавриата и программам магистратуры в

Частном образовательном учреждении высшего образования «Курский институт менеджмента, экономики и бизнеса», Положением об использовании дистанционных образовательных технологий при реализации образовательных программ в Частном образовательном учреждении высшего образования «Курский институт менеджмента, экономики и бизнеса».

Для обучающихся из числа инвалидов государственная итоговая аттестация проводится Институтом с учетом особенностей их психофизического развития, их индивидуальных возможностей и состояния здоровья.