

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОСТОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ (РИНХ)»

Таганрогский институт имени А. П. Чехова (филиал)
федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования
«Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)»

УТВЕРЖДАЮ
Директор филиала
_____ С. А. Петрушенко
25 мая 2026 г.

Программа государственной итоговой аттестации

Направление подготовки
42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль) программы бакалавриата
42.03.01.02 Медиакоммуникации в рекламе и связях с общественностью

Квалификация

высшее образование – бакалавриат

Для набора: 2026 г.

Составитель(и):

Канд.филол.н., зав.кафедрой _____ Т.М. Субботина

Канд. филол.н., доцент _____ Н.М. Ким

Рецензенты

Директор ООО
Типография «Танаис»
г. Таганрог

_____ О.С. Кравцова

Начальник отдела по информаци-
онной политике и взаимодей-
ствию со СМИ Администрации г.
Таганрога

_____ Е.А. Куповых

Программа государственной итоговой аттестации составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки *42.03.01 Реклама и связи с общественностью*, утвержденный приказом Минобрнауки России 08 июня 2017 г. № 512.

Программа государственной итоговой аттестации утверждена на заседании кафедры *русского языка и литературы* протокол № 11 от « 22 » 05 2026 г.

Заведующий кафедрой _____ Т.М. Субботина

1. Цели государственной итоговой аттестации

Целью проведения государственной итоговой аттестации является определение соответствия результатов освоения обучающимися образовательной программы соответствующим требованиям федерального государственного образовательного стандарта по направлению подготовки 42.03.01 *Реклама и связи с общественностью*. В частности, проверяется готовность выпускника к решению профессиональных задач в рамках следующих типов задач профессиональной деятельности, предусмотренными ФГОС:

- *проектный;*
- *маркетинговый;*
- *организационный.*

2. Содержание государственной итоговой аттестации

2.1. Трудоемкость государственной итоговой аттестации составляет 9 зачетных единиц.

2.2. Государственная итоговая аттестация выпускников проводится в форме:

- государственного экзамена;
- защиты выпускной квалификационной работы (далее вместе – государственные аттестационные испытания)

В ГИА входит подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы, а также подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена.

3. Содержание государственного экзамена

3.1. Форма проведения государственного экзамена: *устно*

3.2. Программа проведения государственного экзамена:

Наименование дисциплины, выносимой на государственный экзамен	Разделы / темы дисциплины, выносимые на государственный экзамен
БЛОК 1. ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА РЕКЛАМЫ И PR	Сущность, цели и функции рекламы и связей с общественностью. Модели коммуникации (модель Лассуэлла, модель Шрамма, двухступенчатая модель). Целевые аудитории: сегментирование, портрет потребителя, методы исследования аудиторий.
Основы рекламы и связей с общественностью	Понятие медиатекста. Жанры рекламных и PR-текстов (пресс-релиз, статья, пост, кейс, байлайнер). Структура и язык рекламного сообщения. сторителлинг в рекламе. Правовые и этические нормы создания коммуникационного продукта (Закон «О рекламе», авторское право, профессиональные кодексы).
Медиатекст и копирайтинг	Бренд и брендинг. Инструменты маркетинговых коммуникаций (ATL, BTL, Digital). Медиапланирование: охват, частота, рейтинг, CPT, GRP. Маркетинговые исследования: методы сбора и анализа данных (опросы, фокус-группы, аналитика соцсетей). Оценка эффективности рекламных кампаний (ROI, ROMI, CPA).
Маркетинговые коммуникации	Типология проектов в сфере рекламы и PR. Этапы управления проектом: инициация, планирование, реализация, контроль, завершение. Бюджетирование коммуникационных проектов. Команда проекта: роли и зоны ответственности. Оценка эффективности проекта (KPI, постпроектный анализ).
Управление коммуникационными проектами	Понятие цифровых коммуникаций. Платформы и каналы: социальные сети (VK, Telegram), мессенджеры, блоги, сайты. Контент-стратегия: типы контента, контент-план, воронка продаж. SMM-инструменты: таргетинг, посеы, работа с блогерами. Аналитика: метрики вовлеченности (ER), охват, клики, конверсия.
Цифровые коммуникации и SMM	Нормативно-правовое регулирование рекламной деятельности (ФЗ «О рекламе»: основные положения, ограничения, ответственность). Защита персональных данных (152-ФЗ). Маркировка рекламы в интернете. Профессиональная этика в ре-

Наименование дисциплины, выносимой на государственный экзамен	Разделы / темы дисциплины, выносимые на государственный экзамен
	кламе и PR: кодексы, конфликт интересов, достоверность информации.
Правовое регулирование рекламной деятельности	Анализ рекламных кампаний и PR-проектов (кейс-метод). Разработка коммуникационной стратегии для организации (бриф, анализ рынка, выбор каналов, бюджет, KPI). Создание рекламного текста и визуального контента в соответствии с заданным брифом. Оценка эффективности готового коммуникационного продукта.

Перечень вопросов, выносимых на государственный экзамен представлен в приложении 1 к программе ГИА.

4. Требования к выпускной квалификационной работе обучающегося

4.1. Вид выпускной квалификационной работы: *бакалаврская работа*.

4.2. Примерная тематика выпускных квалификационных работ

Примерная тематика выпускных квалификационных работ (далее – ВКР) представлена в приложении 1 к программе государственной итоговой аттестации. Тема ВКР может быть предложена обучающимся самостоятельно, в том числе на основе заявки представителей рынка труда.

4.3. Методические указания по оформлению и содержанию выпускной квалификационной работы.

Методические указания по оформлению и содержанию ВКР представлены в приложении 2 к программе государственной итоговой аттестации.

5. Фонд оценочных средств для государственной итоговой аттестации

Фонд оценочных средств (далее – ФОС) для проведения государственной итоговой аттестации представлен в приложении 1 к программе государственной итоговой аттестации.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение, необходимое для подготовки к государственной итоговой аттестации

6.1. Учебные, научные и методические издания

Наименование издания	Библиотека / Количество
Шарков, Ф. И. Реклама и связи с общественностью: учебник для вузов / Ф. И. Шарков. – Москва : Юрайт, 2025. – 450 с.	ЭБС «Юрайт»
Синяева, И. М. Маркетинговые коммуникации: учебник / И. М. Синяева. – Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2024. – 511 с.	ЭБС «Znanium»
Кривоносов, А. Д. Жанры PR-текста: учебное пособие / А. Д. Кривоносов. – Санкт-Петербург, 2023. – 320 с.	Электронная библиотека РГЭУ (РИНХ)
Амзин, А. А. Новостная интернет-журналистика / А. А. Амзин. – Москва : Аспект Пресс, 2022. – 400 с.	Читальный зал ТИ им. А.П. Чехова
ФЗ «О рекламе» от 13.03.2006 № 38-ФЗ (с последними изменениями)	СПС «КонсультантПлюс»

6.2. Профессиональные базы данных и информационные справочные системы.

*Информационная справочная правовая система «Консультант Плюс».
Профессиональная база данных Федеральной налоговой службы России
(www.nalog.gov.ru).*

Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU.

База данных научных журналов «КиберЛенинка».

6.3. Перечень программного обеспечения

Офисный пакет OpenOffice

Платформы для визуализации: Canva, Figma (бесплатные версии)

Системы аналитики: Google Analytics (демо-доступ), Яндекс.Метрика (учебный режим)

7. Особенности проведения ГИА для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья

Для обучающихся из числа инвалидов ГИА проводится с учетом особенностей их психофизического развития, их индивидуальных возможностей и состояния здоровья (далее - индивидуальные особенности).

При проведении ГИА обеспечивается соблюдение следующих общих требований:

– проведение государственной итоговой аттестации для инвалидов в одной аудитории совместно с обучающимися, не являющимися инвалидами, если это не создает трудностей для инвалидов и иных обучающихся при прохождении государственной итоговой аттестации;

– присутствие в аудитории ассистента (ассистентов), оказывающего обучающимся инвалидам необходимую техническую помощь с учетом их индивидуальных особенностей (занять рабочее место, передвигаться, прочитать и оформить задание, общаться с председателем и членами государственной экзаменационной комиссии);

– пользование необходимыми обучающимся инвалидам техническими средствами при прохождении государственной итоговой аттестации с учетом их индивидуальных особенностей.

Обучающийся инвалид не позднее чем за 3 месяца до начала проведения государственной итоговой аттестации подает письменное заявление о необходимости создания для него специальных условий при проведении государственных аттестационных испытаний с указанием его индивидуальных особенностей. К заявлению прилагаются документы, подтверждающие наличие у обучающегося индивидуальных особенностей.

Приложение 1 к программе ГИА

Показатели и критерии оценивания компетенций

Раздел А. Компетенции, оцениваемые на государственном экзамене

Код компетенции	Наименование компетенции	Объект оценки (индикаторы)	Показатели оценивания компетенции	Критерии оценивания компетенции
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 совокупность взаимосвязанных задач, обеспечивающих достижение поставленной цели	Декомпозиция цели коммуникационного проекта на конкретные задачи; формулирование измеримых результатов	Декомпозирует цель на 3–5 задач; каждая задача соотносена с правовыми нормами (ФЗ «О рекламе»)
		УК-2.2. Определяет ресурсное обеспечение для достижения поставленной цели	Перечисление временных, материально-технических, кадровых и информационных ресурсов	Указывает количественные/качественные характеристики ресурсов (бюджет, сроки, команда)
УК-6	Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития	УК-6.1. Оценивает личные ресурсы по достижению целей управления своим временем	Заполнение таблицы «сильные/слабые стороны»; составление плана саморазвития	Указывает не менее 3 сильных и 3 слабых сторон; составляет план на семестр с этапами
УК-7	Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности	УК-7.1. Понимает значение физических упражнений и основы организации физкультурно-спортивной деятельности	Называние положительных эффектов физической нагрузки	Называет не менее 3 эффектов (сердечно-сосудистая система, психоэмоциональное состояние, дисциплина)
УК-8	Способен создавать и поддерживать безопасные условия жизнедеятельности	УК-8.1. Оценивает факторы риска, умеет обеспечивать личную безопасность и безопасность окружающих	Выявление факторов риска в рабочей среде (офис, съемочная площадка)	В описании ситуации выявляет не менее 3 факторов риска и предлагает меры по их устранению
ОПК-2	Способен участвовать в разработке основных и дополнительных образовательных программ	ОПК-2.1. Знает структуру и логику разработки образовательных программ	Перечисление разделов рабочей программы (медиакурс, тренинг)	Называет обязательные разделы: пояснительная записка, тематическое планирование, оценочные материалы
ОПК-4	Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории	ОПК-4.1. Использует основные инструменты поиска информации о текущих запросах	Описание методов сбора информации (опросы, мониторинг соцсетей, аналитика)	Называет не менее 3 методов; приводит пример использования каждого

Код компетенции	Наименование компетенции	Объект оценки (индикаторы)	Показатели оценивания компетенции	Критерии оценивания компетенции
		сах целевых аудиторий		
ОПК-5	Способен учитывать тенденции развития медиакоммуникационных систем	ОПК-5.1. Представляет совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм	Описание факторов развития медиасистем на глобальном, национальном и региональном уровнях	Называет не менее 2 факторов для каждого уровня
ОПК-7	Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности	ОПК-7.1. Осознает корпоративные принципы социальной ответственности	Описание типовых эффектов профессиональной деятельности (репутационные, экономические)	Называет не менее 2 позитивных и 2 негативных последствий PR-кампании
ПК-2	Способен применять основные технологии маркетинговых коммуникаций	ПК-2.1. Использует основные маркетинговые инструменты при планировании коммуникационного продукта	Перечисление инструментов (ATL, BTL, Digital); обоснование выбора под ЦА	Перечисляет не менее 5 инструментов; выбор аргументирован характеристиками ЦА
ПК-4	<i>(в соответствии с ФГОС и ПС)</i>	ПК-4.1. Осуществляет мониторинг обратной связи с целевыми группами	Описание методов сбора обратной связи; анализ полученных данных	Называет не менее 3 методов; проводит анализ комментариев с выделением 2–3 тенденций
ПК-5	<i>(в соответствии с ФГОС и ПС)</i>	ПК-5.1. Оценивает эффективность коммуникационного продукта	Расчет метрик (ER, охват, CTR, ROMI); интерпретация результатов	Рассчитывает не менее 3 метрик; делает вывод об эффективности

Раздел Б. Компетенции, оцениваемые на защите ВКР

Код компетенции	Наименование компетенции	Объект оценки (индикаторы)	Показатели оценивания компетенции	Критерии оценивания компетенции
УК-1	Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации	УК-1.1. Демонстрирует знание особенностей системного и критического мышления	Описание отличий системного мышления от линейного; перечисление этапов критического анализа	Называет не менее 3 признаков системного мышления и 2 этапов критического анализа
		УК-1.2. Применяет логические формы и процедуры	Применение анализа, синтеза, обобщения при работе с информацией	Выполняет анализ информации без логических ошибок; фиксирует не менее 2 ошибок в чужом рассуждении

Код компетенции	Наименование компетенции	Объект оценки (индикаторы)	Показатели оценивания компетенции	Критерии оценивания компетенции
УК-3	Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	УК-3.1. Демонстрирует способность работать в команде, проявляет лидерские качества	Выполнение функциональной роли в проектной группе; координация действий	В случае отсутствия лидера берет инициативу (распределение задач, дедлайны)
УК-4	Способен осуществлять деловую коммуникацию на русском и иностранном(ых) языке(ах)	УК-4.1. Использует различные формы устной и письменной коммуникации	Составление деловых документов; проведение устных переговоров	Составляет не менее 2 деловых документов (бриф, коммерческое предложение)
УК-5	Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества	УК-5.1. Воспринимает РФ как государство с этническим и религиозным разнообразием	Перечисление этнических групп и религий, традиционно проживающих в РФ	Называет не менее 3 этнических групп и 2 религий
УК-9	Способен принимать обоснованные экономические решения	УК-9.1. Способен понимать экономические процессы и явления	Объяснение сути экономических явлений (инфляция, спрос-предложение) на примерах из рекламы	Объясняет не менее 2 явлений с примерами влияния на рекламный бюджет
УК-10	Способен формировать нетерпимое отношение к проявлениям экстремизма, терроризма, коррупции	УК-10.1. Идентифицирует проявление экстремизма, терроризма и коррупционного поведения	Классификация действий в предложенных кейсах (реклама, PR)	В 3–4 ситуациях правильно классифицирует действие как нарушение
ОПК-1	Способен создавать востребованные медиатексты в соответствии с нормами русского языка	ОПК-1.2. Осуществляет подготовку медиатекстов различных жанров и форматов	Написание текста в заданном жанре (пресс-релиз, пост, статья)	Текст соответствует жанру; не более 2 языковых/стилистических ошибок
ОПК-3	Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры	ОПК-3.1. Ориентируется в многообразии достижений отечественной и мировой культуры	Использование культурных отсылок в рекламном продукте без искажения смысла	Приводит не менее 2 примеров корректного использования культурных кодов
ОПК-6	Способен понимать принципы работы современных информационных технологий	ОПК-6.1. Использует современные информационные технологии при решении профессиональных задач	Работа в профессиональных сервисах (Canva, Figma, Google Analytics)	Работает в 3–5 сервисах; объясняет базовый принцип работы одного из них
ПК-1	Способен участвовать в организации и реализации коммуникационных кампаний	ПК-1.1. Выполняет функционал линейного менеджера в	Перечисление обязанностей менеджера проекта; описа-	Называет не менее 4 функций менеджера; распределяет роли в команде из

Код компетенции	Наименование компетенции	Объект оценки (индикаторы)	Показатели оценивания компетенции	Критерии оценивания компетенции
		рамках текущей деятельности отдела	ние распределения задач	3–5 человек
ПК-3	Способен реализовывать медийные проекты, моделируя их форматы под потребности аудитории	ПК-3.1. Реализует типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и PR	Описание этапов реализации проекта (от брифа до пост-релиза)	Перечисляет не менее 5 этапов; для каждого указывает результат
ПК-6	<i>(в соответствии с ФГОС и ПС)</i>	ПК-6.1. Готовит основные документы по сопровождению проектов	Составление брифа, календарного плана, отчета	Предъявляет не менее 3 документов, оформленных по стандартам
ПК-7	<i>(в соответствии с ФГОС и ПС)</i>	ПК-7.1. Использует результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании	Интерпретация данных исследований (опрос, аналитика) для выбора стратегии	На основе данных (таблица, график) делает не менее 2 выводов и предлагает стратегию

Подсказка:

*Показатели оценивания компетенций должны содержать описание действий, отражающих работу с информацией, выполнение различных мыслительных операций: воспроизведение, понимание, анализ, сравнение, оценка и др. Формулируя показатели, следует использовать следующие отглагольные существительные:

– на уровне знания: систематизация, сбор, определение, описание, воспроизведение, перечисление, представление, формулирование, сообщение, изложение, составление списка, объяснение, преобразование

– на уровне умений: сопоставление, установление различий, обобщение, обзор, выбор, перевод, приведение примеров, использование, выделение, интерпретация, систематизация, осуществление, применение, анализ, расчет, вычисление, поиск, решение

– на уровне навыков («владений»): обладание, владение, оценивание, управление, установление связи и др.

**Критерии оценки усвоения знаний представляют собой правила определения численной и/или вербальной оценки при сравнении результатов действий, демонстрируемых (полученных) студентом, с эталонными (заданными, планируемыми) параметрами по показателям оценки результата. Критерии могут содержать указание на требуемую полноту информации, точность ее воспроизведения, аргументированность и обоснованность анализа и оценки, а также на допустимые отклонения от эталона.

Недопустимо, чтобы:

- 1) Показатели просто дублировали формулировку компетенции
- 2) В формулировке показателей использовались слова «знание», «изложение», поскольку знание и изложение еще не означает овладение компетенцией: можно знать, но не быть способным применить это знание в профессиональной деятельности
- 3) В формулировке показателей использовались слова «умение», «навык», т.к. умение и навык не могут быть показателями самого себя

Шкала оценивания

Результаты любого из видов аттестационных испытаний, включенных в государственную итоговую аттестацию, определяются оценками «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

Критерии выставления оценок на государственном экзамене

Оценка «отлично» ставится при:

- даны полные и правильные ответы на все теоретические вопросы экзаменационного билета, материал изложен грамотно, в определенной логической последовательности; ответы подкреплены конкретными примерами из рекламной и PR-практики;
- в ответах используются термины профессионального языка (медиапланирование, таргетинг, KPI, GRP, ROI и др.);
- правильно выполнена практическая часть, показано умение применять теоретических знаний;
- даны исчерпывающие ответы на уточняющие и дополнительные вопросы.

Оценка «хорошо» ставится при:

- даны полные правильные ответы на задания с соблюдением логики, но допущены отдельные неточности;
- ответы частично подкреплены конкретными примерами;
- в ответах не достаточно используются термины профессионального языка;
- практическая часть выполнена правильно, но с незначительными ошибками.

Оценка «удовлетворительно» ставится при:

- отвечающий показал неполные знания, допустил ошибки и неточности;
- ответы не подкреплены примерами;
- практически не используются термины профессионального языка;
- при выполнении практической части допущены ошибки, но показана способность разобраться.

Оценка «неудовлетворительно» ставится при:

- не дано ответа хотя бы по одному вопросу; даны содержащие фактические ошибки ответы на все вопросы;
- ответы не подкреплены примерами;
- не используются термины профессионального языка;
- не выполнена практическая часть;
- нет ответов на дополнительные вопросы.

Критерии выставления оценок на защите выпускной квалификационной работы

Оценка «отлично» ставится при:

- работа носит исследовательский и прикладной характер, содержит грамотно изложенную теоретическую базу, характеризуется логичным, последовательным изложением материала с соответствующими выводами и обоснованными предложениями (включая разработанный коммуникационный продукт: медиаплан, PR-кампанию, SMM-стратегию, рекламные материалы и т.п.);
- работа имеет положительный отзыв научного руководителя и положительную рецензию (без замечаний или с незначительными замечаниями);
- при защите работы *бакалавр* показывает глубокие знания вопросов темы ВКР, свободно оперирует данными исследования (аналитика рынка, результаты опросов, метрики эффективности), вносит обоснованные предложения в рамках предметной области, а во время доклада использует иллюстративный материал (презентация, макеты, графики, диаграммы), аргументированно отвечает на поставленные вопросы;

- работа содержит расчет экономической эффективности предложенных решений (ROI, ROMI, CPA, KPI) или иное обоснование практической ценности;
- доклад структурирован, уложен в регламент (7–10 минут), демонстрирует владение профессиональной терминологией.

Оценка «хорошо» ставится при:

- работа носит исследовательский или прикладной характер, содержит грамотно изложенную теоретическую базу, характеризуется последовательным изложением материала с соответствующими выводами и обоснованными предложениями, однако имеет отдельные недостатки в анализе или оформлении;
- работа имеет положительный отзыв научного руководителя и положительную рецензию (с замечаниями, не носящими принципиального характера);
- при защите работы *бакалавр* показывает достаточные знания вопросов темы ВКР, оперирует данными исследования, во время доклада использует иллюстративный материал, без особых затруднений отвечает на поставленные вопросы, но допускает отдельные неточности или неполноту в аргументации;
- эффективность предложенных решений обоснована, но расчеты выполнены не в полном объеме или с незначительными погрешностями.

Оценка «удовлетворительно» ставится при:

- работа отличается поверхностным анализом и недостаточно критическим разбором предмета работы, в ней просматривается непоследовательность изложения материала, представлены необоснованные предложения или отсутствует практическая часть;
- в отзыве руководителя или в рецензии имеются существенные замечания по содержанию работы, оформлению или методике исследования;
- при защите *бакалавр* показывает слабое знание вопросов темы, не дает полного, аргументированного ответа на заданные вопросы, испытывает затруднения при интерпретации полученных результатов, доклад не сопровождается наглядными материалами или они выполнены некачественно;
- предложенные коммуникационные решения не имеют обоснования эффективности или оно выполнено с грубыми ошибками.

Оценка «неудовлетворительно» ставится при:

- работа не содержит анализа и практического разбора предмета работы, не отвечает требованиям, изложенным в методических рекомендациях; не имеет выводов либо они носят декларативный характер;
- в отзыве руководителя или в рецензии высказываются сомнения об актуальности темы, достоверности результатов и выводов, о личном вкладе *бакалавра* в выполняемую работу, либо представлен отрицательный отзыв или отрицательная рецензия;
- при защите работы *бакалавр* затрудняется отвечать на поставленные вопросы по теме, не знает теории вопроса, при ответе допускает существенные ошибки, не ориентируется в собственном исследовании, доклад отсутствует или не соответствует содержанию работы;
- практическая часть (коммуникационный продукт) отсутствует или выполнена с грубыми нарушениями профессиональных стандартов и требований, предъявляемых к рекламным и PR-материалам.

Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов освоения образовательной программы

Перечень вопросов, выносимых на государственный экзамен

РАЗДЕЛ 1. ТЕОРИЯ РЕКЛАМЫ И PR

1. Модели коммуникации в рекламе и PR (модель Лассуэлла, модель Шрамма, двухступенчатая модель).
2. Целевая аудитория: методы сегментирования и составление портрета потребителя.
3. Функции рекламы и связей с общественностью: сравнение и пересечения.

4. Понятие бренда и брендинга. Этапы построения бренда.
5. Правовое регулирование рекламы в РФ: ФЗ «О рекламе».
6. Профессиональная этика в рекламе и PR.

РАЗДЕЛ 2. МЕДИАТЕКСТ И КОПИРАЙТИНГ

7. Жанры рекламных и PR-текстов.
8. Структура и язык рекламного сообщения.
9. Сторителлинг в рекламе.
10. Редактирование и адаптация медиатекстов для разных каналов.

РАЗДЕЛ 3. МАРКЕТИНГОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ

11. Инструменты маркетинговых коммуникаций: ATL, BTL, Digital.
12. Медиапланирование: охват, частота, рейтинг, CPT, GRP.
13. Маркетинговые исследования: методы сбора и анализа данных.
14. Оценка эффективности рекламных кампаний (ROI, ROMI, CPA).

РАЗДЕЛ 4. ЦИФРОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ И SMM

15. Платформы и каналы цифровых коммуникаций.
16. Контент-стратегия: типы контента, контент-план, воронка продаж.
17. SMM-инструменты: таргетинг, посевы, работа с блогерами.
18. Аналитика в SMM: ER, охват, клики, конверсия.

РАЗДЕЛ 5. УПРАВЛЕНИЕ ПРОЕКТАМИ

19. Типология проектов в сфере рекламы и PR.
20. Этапы управления проектом.
21. Бюджетирование коммуникационных проектов.
22. Оценка эффективности проекта (KPI, постпроектный анализ).

Примерная тематика ВКР

1. Разработка PR-кампании по продвижению образовательного учреждения.
2. SMM-стратегия продвижения бренда в сфере HoReCa.
3. Анализ эффективности медиакоммуникаций органов местного самоуправления.
4. Разработка контент-плана для онлайн-медиа развлекательной тематики.
5. Сравнительный анализ инструментов таргетированной рекламы в VK и Telegram.
6. Разработка бренд-стратегии для малого бизнеса.
7. Оценка ROI рекламной кампании в digital-каналах.
8. Создание и продвижение корпоративного подкаста.
9. Анализ эффективности использования блогеров в рекламных кампаниях.
10. Разработка антикризисного PR-плана для организации.

Методические материалы, определяющие процедуры оценивания результатов освоения образовательной программы

Методические материалы приведены в приложении 2 к программе государственной итоговой аттестации.

Методические рекомендации по подготовке к государственному экзамену

Государственный экзамен проводится государственными экзаменационными комиссиями на открытом заседании. Заседания комиссий правомочны, если в них участвуют не менее двух третей от числа лиц, входящих в состав комиссий. Заседания комиссий проводятся председателями комиссий.

Решения комиссий принимаются простым большинством голосов от числа лиц, входящих в состав комиссий и участвующих в заседании. При равном числе голосов председатель комиссии обладает правом решающего голоса.

Государственный экзамен проводится государственными экзаменационными комиссиями на открытом заседании. Заседания комиссий правомочны, если в них участвуют не менее двух третей от числа лиц, входящих в состав комиссий. Заседания комиссий проводятся председателями комиссий.

Решения комиссий принимаются простым большинством голосов от числа лиц, входящих в состав комиссий и участвующих в заседании. При равном числе голосов председатель комиссии обладает правом решающего голоса.

Государственный экзамен проводится в устной форме. Подготовка к ответу на экзамене предполагает не более 45 минут, для ответа выпускнику отводится до 20 минут.

При подготовке к ответу по билету на государственном экзамене обучающийся заполняет лист устного ответа. Бланк листа устного ответа (из расчета 3 на одного обучающегося) в левом верхнем углу должен иметь штамп факультета.

На государственном экзамене выпускнику предоставляется право пользоваться рабочими программами дисциплин, включенных в перечень вопросов, нормативными актами.

Перед государственным экзаменом проводятся обязательные консультации выпускников преподавателями кафедры по вопросам, выносимым на государственный экзамен.

При подготовке к экзамену выпускники могут воспользоваться основной и дополнительной литературой, а также ресурсами информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

При сдаче государственного экзамена ответы выпускника на вопросы должны быть максимально полными и развернутыми. Экзаменаторам предоставляется право задавать выпускникам дополнительные вопросы для определения глубины знаний выпускника.

Количество вопросов в экзаменационном задании – 2

Критерии оценки государственного экзамена

Критерии	Отлично	Хорошо	Удовлетворительное	Неудовлетворительное
Усвоение теоретического материала	Достаточно высокий	Достаточный	Допустимый	Низкий
Уровень ответов на вопросы билета	Получены правильные ответы на все заданные вопросы	Получены правильные ответы на большую часть заданных вопросов	Ответы раскрывают вопросы лишь частично	Ответы на вопросы не получены
Полнота и качество ответов на дополнительные вопросы	Даны исчерпывающие ответы на дополнительные вопросы	В основном правильно ответил на дополнительные вопросы	Имелись очевидные затруднения при ответе на дополнительные вопросы	Не даны ответы на дополнительные и уточняющие вопросы

Методические рекомендации по написанию ВКР

Требования к написанию, оформлению и защите курсовой работы (курсового проекта) и выпускной квалификационной работы (утверждены 19.02.2024 распоряжением № 08) размещены на сайте Таганрогского института имени А. П. Чехова (филиала) РГЭУ (РИНХ) <https://www.tgpi.ru/sveden/education/eduprogram> в разделе «Методические и иные документы, разработанные образовательной организацией для обеспечения образовательного процесса, рабочие программы воспитания».

Структура и оформление ВКР

Требования к написанию, оформлению и защите курсовой работы (курсового проекта) и выпускной квалификационной работы (утверждены 19.02.2024 распоряжением № 08) размещены на сайте Таганрогского института имени А. П. Чехова (филиала) РГЭУ (РИНХ) <https://www.tgpi.ru/sveden/education/eduprogram> в разделе «Методические и иные документы, разработанные образовательной организацией для обеспечения образовательного процесса, рабочие программы воспитания».

Порядок защиты ВКР

Защита ВКР проводится государственными экзаменационными комиссиями на открытом заседании. Заседания комиссий правомочны, если в них участвуют не менее двух третей от числа лиц, входящих в состав комиссий. Заседания комиссий проводятся председателями комиссий.

Решения комиссий принимаются простым большинством голосов от числа лиц, входящих в состав комиссий и участвующих в заседании. При равном числе голосов председатель комиссии обладает правом решающего голоса.

На представление основных результатов ВКР выпускнику отводится от 7 до 10 минут. В своем докладе обучающийся раскрывает:

- актуальность, цель и задачи работы;
- краткую характеристику объекта исследования;
- основное содержание каждого раздела работы;
- основные выводы и предложения с оценкой их эффективности;
- возможности практического использования результатов;
- предложения по дальнейшему развитию и углублению исследования.

После выступления выпускник отвечает на вопросы и замечания членов комиссии. Далее слово предоставляется научному руководителю и рецензенту (при наличии); если таковые на защите отсутствуют, то отзыв руководителя и рецензию зачитывают вслух члены комиссии или ее секретарь.

Оценивание ВКР комиссией осуществляется по основным критериям, представленным в табл. 1.

Таблица 1

Критерии оценки ВКР

Критерии	Отлично	Хорошо	Удовлетворительно	Неудовлетворительно
Уровень научно-	Достаточно высокий	Достаточный	Допустимый	Низкий

Критерии	Отлично	Хорошо	Удовлетворительно	Неудовлетворительно
теоретического обоснования				
Структура и соответствие теме	Полностью соответствует	Соответствует	Частично соответствует	Не соответствует
Анализ исследований по проблеме	Достаточно высокий	Достаточный	Допустимый	Низкий
Комплексность использования методов	Полностью обеспечено	Обеспечено	Недостаточно обеспечено	Не обеспечена
Количество источников	Более 30	Более 25	Более 20	Менее 20
Качество оформления	Полностью соответствует	В целом соответствует, незначительные погрешности	Многочисленные ошибки, не влияющие на качество	Ошибки, искажающие качество
Качество доклада	Соблюден регламент, уверенно, без ошибок	Регламент нарушен, уверенно	Регламент нарушен, неуверенно, с ошибками	Грубые ошибки, доклад не структурирован
Ответы на вопросы	Правильные ответы на все вопросы	Правильные ответы на большую часть	Ответы частичные	Ответов нет
Отзыв руководителя	Положительный, без замечаний	Положительный, с незначительными замечаниями	Положительный, с замечаниями	Отрицательный
Оценка рецензента	Положительная, без замечаний	Положительная, с незначительными замечаниями	Положительная, с замечаниями	Отрицательная

Решение государственной экзаменационной комиссии по защите ВКР определяется голосованием, и его результаты в тот же день сообщаются обучающимся.

РЕЦЕНЗИЯ

на программу государственной итоговой аттестации по основной профессиональной образовательной программе высшего образования – программе бакалавриата по направлению подготовки *42.03.01 Реклама и связи с общественностью*, направленность (профиль) *42.03.01.02 Медиакоммуникации в рекламе и связях с общественностью*

Представленная к рецензированию программа государственной итоговой аттестации (ГИА) по основной профессиональной образовательной программе высшего образования – программе бакалавриата по направлению подготовки *42.03.01 Реклама и связи с общественностью*, направленность (профиль) *42.03.01.02 Медиакоммуникации в рекламе и связях с общественностью* направлена на оценку качества профессиональных навыков и компетенций.

Программа ГИА отражает государственные требования к уровню подготовки выпускников, в том числе виды и задачи профессиональной деятельности в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования – бакалавриат, утвержденным приказом Минобрнауки России 08.06.2017 г. №512.

Согласно тексту представленной на экспертизу программы, государственная итоговая аттестация включает подготовку к итоговому государственному экзамену, а также к процедуре защиты и защиту выпускной квалификационной работы.

Содержание государственного экзамена разработано в соответствии с показателями и критериями оценивания компетенций, предусмотренных Основной профессиональной образовательной программой. В Приложении представлены типовые контрольные задания и иные материалы, необходимые для оценки результатов освоения образовательной программы, а также шкала оценивания ответа обучающегося.

Тематика выпускных квалификационных работ отражает актуальные проблемы сферы профессиональной деятельности выпускников. В программе ГИА приведен актуальный список литературных источников для подготовки к итоговой аттестации. Программа также содержит методические указания по подготовке и защите выпускной квалификационной работы, объективные критерии оценивания знаний, умений и навыков автора выпускной работы.

Программа государственной итоговой аттестации по основной профессиональной образовательной программе высшего образования – программе бакалавриата по направлению подготовки *42.03.01 Реклама и связи с общественностью*, направленность (профиль) *42.03.01.02 Медиакоммуникации в рекламе и связях с общественностью* соответствует современным потребностям рынка

труда, выпускники, успешно прошедшие обучение и ГИА по основной профессиональной образовательной программе, должны соответствовать требованиям работодателей в высококвалифицированных кадрах.

Начальник отдела по информаци-
онной политике и взаимодействию
со СМИ Администрации г. Таган-
рога

_____ Е.А. КУПОВЫХ

РЕЦЕНЗИЯ

на программу государственной итоговой аттестации по основной профессиональной образовательной программе высшего образования – программе бакалавриата по направлению подготовки *42.03.01 Реклама и связи с общественностью*, направленность (профиль) *42.03.01.02 Медиакоммуникации в рекламе и связях с общественностью*

Программа государственной итоговой аттестации по основной профессиональной образовательной программе высшего образования – программе бакалавриата по направлению подготовки *42.03.01 Реклама и связи с общественностью*, направленность (профиль) *42.03.01.02 Медиакоммуникации в рекламе и связях с общественностью* включает в себя: общие положения, цели государственной итоговой аттестации, содержание государственной итоговой аттестации, фонд оценочных средств для государственной итоговой аттестации, требования к выпускной квалификационной работе обучающегося, перечень учебных, методических и научных изданий, необходимых для подготовки к государственной итоговой аттестации.

Целью проведения государственной итоговой аттестации по основной профессиональной образовательной программе высшего образования – программе бакалавриата по направлению *42.03.01 Реклама и связи с общественностью*, направленность (профиль) *42.03.01.02 Медиакоммуникации в рекламе и связях с общественностью* является определение соответствия результатов освоения обучающимися образовательной программы соответствующим требованиям Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования - бакалавриат по соответствующему направлению подготовки.

Программа государственной итоговой аттестации отражает профессиональную значимость подготовки выпускника в рамках основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программе бакалавриата по направлению подготовки *42.03.01 Реклама и связи с общественностью*, направленность (профиль) *42.03.01.02 Медиакоммуникации в рекламе и связях с общественностью*, учитывает особенности сложившегося регионального рынка труда и профессиональные возможности профессорско-преподавательского состава и привлечённых специалистов, задействованных в реализации ОПОП.

Программа государственной итоговой аттестации соответствует требованиям ФГОС ВО к квалификации выпускника, срокам и трудоёмкости государственной итоговой аттестации.

Перечень компетенций, выносимых на государственную итоговую аттестацию, отвечает целям и задачам профессиональной деятельности и соответствует требованиям ФГОС ВО.

Таким образом, характер, структура и содержание программы государственной итоговой аттестации по основной профессиональной образовательной программе высшего образования – программе бакалавриата по направлению подготовки *42.03.01 Реклама и связи с общественностью*, направленность (профиль) *42.03.01.02 Медиакоммуникации в рекламе и связях с общественностью* соответствует требованиям Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки *44.03.05 Педагогическое образование (с двумя профилями подготовки)*, который утвержден приказом Минобрнауки России №_125 от 22 февраля 2018 г.

Разработанная программа может быть использована в учебном процессе в Таганрогском институте имени А.П. Чехова (филиале) ФГБОУ ВО «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)».

Директор ООО
Типография «Танаис»
г. Таганрог

_____ О.С. Кравцова