

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Кубанский государственный университет»
Факультет журналистики



УТВЕРЖДАЮ:

Проректор по учебной работе,
качеству образования – первый
проректор

Хагуров Т.А.

«27» апреля 2018 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
ГОСУДАРСТВЕННОЙ ИТОГОВОЙ АТТЕСТАЦИИ
БЗ.Б.01 (Д) ЗАЩИТА ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ
РАБОТЫ, ВКЛЮЧАЯ ПОДГОТОВКУ К ПРОЦЕДУРЕ ЗАЩИТЫ И
ПРОЦЕДУРУ ЗАЩИТЫ**

Направление подготовки/специальность – 42.03.01 Реклама и связи с
общественностью
(код и наименование направления подготовки/специальности)

Направленность (профиль) / специализация – «Реклама и связи с
общественностью в системе государственного и муниципального управления»
(наименование направленности (профиля) специализации)

Программа подготовки – прикладная
(академическая /прикладная)

Форма обучения – очная
(очная, очно-заочная, заочная)

Квалификация (степень) выпускника – бакалавр
(бакалавр, магистр, специалист)

Краснодар 2018

Рабочая программа государственной итоговой аттестации (ГИА) составлена в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования (ФГОС ВО) по направлению подготовки (профиль) 42.03.01 реклама и связи с общественностью
код и наименование направления подготовки (профиля)

Программу составил(и):
Р.В. Патюкова

А.Н. Минская


подпись

подпись

Программа государственной итоговой аттестации утверждена на заседании кафедры рекламы и связей с общественностью
протокол № 10 «09» апреля 2018 г.

И.о. заведующего кафедрой
рекламы и связей с общественностью Патюкова Р.В.
фамилия, инициалы


подпись

Утверждена на заседании учебно-методической комиссии факультета журналистики
протокол № 15-18 «25» апреля 2018 г.

Председатель УМК факультета Хлопунова О.В.
фамилия, инициалы


подпись

Рецензенты:

Зенченко О.В., генеральный директор консалтинговой группы «Династия PR».

Паншута Ю.А., магистр журналистики, главный специалист отдела пропаганды и развития новых технологий ГКУ КК (Агентство ТЭК министерства топливно-энергетического комплекса и жилищно-коммунального хозяйства).

1. Цели и задачи государственной итоговой аттестации (ГИА)

1.1 Целью государственной итоговой аттестации является определение соответствия результатов освоения обучающимися основной образовательной программы требованиям федерального государственного образовательного стандарта. При подготовке выпускной квалификационной работы выпускники должны продемонстрировать качество освоения основных образовательных программ, систематизацию, обобщение и закрепление теоретических знаний, практических умений, демонстрацию сформированности общекультурных и профессиональных компетенций, выпускника в соответствии с требованиями ФГОС ВО, готовность к решению задач профессиональной деятельности, а также высокий уровень знаний и умений, приобретенных в период обучения. Результатом государственной итоговой аттестации (подготовка выпускной квалификационной работы) в соответствии с уровнем образовательных программ высшего образования является ВКР: для бакалавриата – в форме выпускной квалификационной работы бакалавра.

1.2 Задачи ГИА (подготовка выпускной квалификационной работы):

- решать профессиональные задачи в соответствии с видами профессиональной деятельности и профессиональной направленности;
- демонстрировать владение общекультурными компетенциями (ОК);
- демонстрировать обладание общепрофессиональными компетенциями (ОПК);
- демонстрировать обладание профессиональными компетенциями (ПК);
- применять навыки самостоятельного научного и прикладного исследования в конкретной области;
- работать с научной литературой и другими источниками информации;
- применять методы сбора эмпирического материала и его анализа;
- использовать методы оценки эффективности предлагаемых в выпускном квалификационном исследовании мероприятий;
- применять современные методы математико-статистической обработки информации и компьютерные технологии
- творчески применять современные компьютерные технологии при сборе, хранении, обработке, анализе и передаче информации для решения профессиональных задач;
- использовать профессиональную терминологию и пользоваться языком научного исследования;
- применять коммуникативные стратегии и тактики, риторические, стилистические и языковые нормы и приёмы, принятые в разных сферах коммуникации.

2. Место ГИА в структуре основной образовательной программы.

Государственная итоговая аттестация (подготовка выпускной квалификационной работы) относится к базовой части Блока 3 в структуре основной образовательной программы по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью и завершается ВКР для бакалавриата – в форме выпускной квалификационной работы бакалавра, с последующим присвоением в рамках Государственной итоговой аттестации (защита выпускной квалификационной работы) квалификации «Бакалавр по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью».

3. Перечень планируемых результатов обучения при прохождении ГИА, соотнесенных с планируемыми результатами освоения основной образовательной программы.

К государственной итоговой аттестации (подготовка выпускной квалификационной работы) допускается обучающийся, не имеющий академической задолженности и в полном объеме выполнивший учебный план или индивидуальный учебный план по соответствующей образовательной программе высшего образования.

Государственная итоговая аттестация (подготовка выпускной квалификационной работы) призвана продемонстрировать степень сформированности компетенций - теоретические знания и практические навыки выпускника в соответствии с компетентностной моделью.

В частности, проверяется обладание выпускниками компетенциями в области следующих предусмотренных образовательным стандартом видов профессиональной деятельности:

1. организационно-управленческая;
2. проектная;
3. коммуникационная (основной вид);
4. рекламно-информационная;
5. рыночно-исследовательская и прогнозно-аналитическая;
6. информационно-технологическая.

После полного освоения ОП ВО по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью выпускник должен обладать следующими компетенциями (ОК/ОПК/ПК):

общекультурные компетенции (ОК):

- способностью использовать основы философских знаний для формирования мировоззренческой позиции (ОК-1);
- способностью анализировать основные этапы и закономерности исторического развития

общества для формирования гражданской позиции (ОК-2);

- способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности (ОК-3);
- способностью использовать основы правовых знаний в различных сферах жизнедеятельности (ОК-4);
- способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия (ОК-5);
- способностью работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОК-6);
- способностью к самоорганизации и к самообразованию (ОК-7);
- способностью использовать методы и средства физической культуры для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности (ОК-8);
- готовностью пользоваться основными методами защиты производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий (ОК-9).

общепрофессиональные компетенции (ОПК):

- способностью осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах (ОПК-1);
- владением знаниями и навыками работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью (ОПК-2);
- обладанием базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга (ОПК-3);
- умением планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-4);
- умением проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-5);
- способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности (ОПК-6);

организационно-управленческая деятельность:

- способностью 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-1);
- владением навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы (ПК-2);
- владением навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами (ПК-3);

проектная деятельность:

- владением навыками подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт) (ПК-4);
- способностью реализовать проекты и владением методами их реализации (ПК-5);

коммуникационная деятельность:

- способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации (ПК-6);
- способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий (ПК-7);

рекламно-информационная деятельность:

- способностью 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-8);

рыночно-исследовательская и прогнозно-аналитическая деятельность:

- способностью проводить маркетинговые исследования (ПК-9);
- способностью организовывать и проводить социологические исследования (ПК-10);
- способностью владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов (ПК-11);

информационно-технологическая деятельность:

- способностью под контролем осуществлять профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации (ПК-12);
- способностью под контролем осуществлять рекламные кампании и мероприятия (ПК-13);
- способностью реализовывать знания в области рекламы как сферы профессиональной деятельности (ПК-14);

- владением навыками работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе рекламном агентстве (ПК-15);
- способностью под контролем осуществлять подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы (ПК-16).

4. Объем государственной итоговой аттестации.

Общая трудоёмкость ГИА составляет 6 зач.ед., 216 часов, из них контактная работа – 20,5 ч., СР – 195,5 ч.

В Блок 3 "Государственная итоговая аттестация" входит защита выпускной квалификационной работы, включая подготовку к процедуре защиты и процедуру защиты.

Вид учебной работы		Всего часов	Семестры (часы)			
			-	-	-	8
Контактная работа, в том числе:		20,5				20,5
Руководство ВКР		20,0				20,0
Процедура защиты ВКР		0,5				0,5
Самостоятельная работа, в том числе:		195,5				195,5
Выполнение индивидуального задания по теме выпускной квалификационной работы (обоснование актуальности выбранной темы, обзор литературы, формулирование цели, задач, предмета, объекта, научной гипотезы и т.п.)		35				35
Проведение исследования по теме выпускной квалификационной работы		60				60
Подготовка и написание выпускной квалификационной работы		80				80
Подготовка к защите выпускной квалификационной работы (подготовка доклада по теме исследования, презентации, репетиция доклада)		20,5				20,5
Контроль:						
Подготовка к экзамену (не предусмотрен)		-				-
Общая трудоемкость	час.	216				216
	в том числе контактная работа	20,5				20,5
	зач. ед	6				6

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА

Итоговой государственной аттестацией в соответствии с учебным планом является защита выпускной квалификационной работы (далее ВКР).

Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования предусмотрено выполнение выпускной квалификационной работы (далее – ВКР), что позволяет оценить не только овладение выпускником высшего учебного заведения теоретическими знаниями, но и умение применить эти знания на практике.

Основными целями выполнения и защиты ВКР являются:

- углубление, систематизация и интеграция теоретических знаний и практических навыков по направлению подготовки (специальности) высшего профессионального образования,
- развитие умения критически оценивать и обобщать теоретические положения;
- применение полученных знаний при решении прикладных задач по направлению подготовки (специальности);
- стимулирование навыков самостоятельной аналитической работы;
- овладение современными методами научного исследования;
- выяснение подготовленности студентов к практической деятельности в условиях рыночной экономики;
- презентация навыков публичной дискуссии и защиты научных идей, предложений и рекомендаций.

Государственная экзаменационная комиссия в ходе защиты выявляет наличие у автора ВКР знаний, умений и навыков, присущих работнику, способному самостоятельно решать научно-исследовательские, организационно-управленческие, научно-учебные задачи.

Вид выпускной квалификационной работы

Выпускная квалификационная работа по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью выполняется в виде выпускной квалификационной работы бакалавра.

Структура выпускной квалификационной работы и требования к ее содержанию

Структура выпускной квалификационной работы определяется в требованиях к выпускным квалификационным работам по соответствующему уровню и направлению подготовки. При этом обязательным является наличие следующих разделов:

- **введение**, в котором рассматриваются основное содержание и значение выбранной темы выпускной работы, показана ее актуальность на современном этапе социально-экономического развития России. При этом должны быть определены цели и задачи, которые ставит перед собой студент при выполнении работы;

- **теоретическая часть**, в которой студент должен показать знания имеющейся научной, учебной и нормативной литературы, в т.ч. на иностранном языке по выбранной тематике;

- **практическая часть**, в которой студент должен продемонстрировать умение использовать для решения поставленных им в работе задач теоретических знаний. Студент должен провести обобщение и анализ собранного фактического материала, результаты которого должны найти свое отражение в тексте выпускной квалификационной работы;

- **заключительная часть** должна содержать выводы по проведенной работе, а также предложения или рекомендации по использованию полученных результатов;

- **список использованной литературы.**

В процессе выполнения выпускной квалификационной работы студент должен решить следующие **основные задачи**:

- обосновать актуальность выбранной темы, ее значение для конкретной сферы деятельности;

- изучить по избранной теме теоретические положения, нормативно-правовую документацию, справочную и научную литературу;

- собрать и обработать необходимый статистический материал для проведения конкретного анализа, оценки состояния исследуемой проблемы;

- изложить свою точку зрения по дискуссионным вопросам, относящимся к теме;

- провести анализ собранных данных, используя специальные методы, и сделать соответствующие выводы;

- определить направления и разработать конкретные рекомендации и мероприятия по решению исследуемой проблемы.

Рекомендуемая структура выпускной квалификационной работы бакалавра:

Содержание

Введение

Глава 1 Теоретические и методические основы изучения проблемы

Глава 2. Анализ состояния изучаемой проблемы на исследуемом объекте и рекомендации по ее решению

Глава 3. Рекомендации и мероприятия по решению изучаемой проблемы

Заключение

Список использованных источников

Приложения

Введение является вступительной частью ВКР, в которой рассматриваются основные тенденции изучения и развития проблемы, существующее состояние, обосновывается теоретическая и практическая актуальность проблемы, формулируются цель и задачи написания работы, дается характеристика исходной экономико-статистической базы.

Основная часть работы включает главы, разделенные на параграфы и пункты, в которых последовательно и логично раскрывается содержание исследования. Количество глав, параграфов и пунктов строго не регламентируется, а зависит от специфики исследуемой проблемы и круга изучаемых вопросов. Как правило выпускная квалификационная работа состоит из двух или трех глав.

Первая глава должна иметь теоретический характер. Здесь рассматриваются теоретические и методические основы исследуемой проблемы. Эту главу целесообразно начать с характеристики сущности объекта и предмета исследования. Затем на основе изучения и систематизации современных знаний выявляются причины возникновения исследуемой проблемы, прослеживаются этапы ее развития, акцентируется внимание на степень изученности данной проблемы. При этом учитываются различные точки зрения отечественных и зарубежных ученых, и высказывается авторская позиция относительно теоретических положений.

При рассмотрении теоретических вопросов целесообразно использовать статистический материал, обобщение которого позволит студенту проследить изменения состояния изучаемой проблемы за более или менее длительный период, но не менее 3-х последних лет, и выявить основные тенденции и особенности ее развития для подтверждения своей позиции. Глава должна завершаться обобщающим выводом, в котором следует найти место авторской точке зрения о теоретической и методологической базе для решения исследуемой проблемы публик релейшнз.

Завершается работа списком использованных источников и приложениями. В список использованных источников включаются все источники, на которые есть ссылки в тексте работы, а также изученные в процессе выполнения работы издания, материалы которых повлияли на структуру работы и ее основные положения.

В приложениях могут быть приведены вспомогательные материалы к основному содержанию работы: промежуточные расчеты решения задач, таблицы цифровых данных, иллюстрации. Наличие в ВКР приложений не является обязательным.

Выпускная квалификационная работа должна включать рукопись, отзыв научного руководителя.

Процедура защиты ВКР служат инструментом, позволяющим государственной экзаменационной комиссии сформировать обоснованное суждение о том, достиг ли ее автор в ходе освоения образовательной программы результатов обучения, отвечающих квалификационным требованиям ФГОС ВО.

Выпускной квалификационной работе должны быть присущи актуальность и новизна. Работа должна иметь научную и практическую ценность. На оценку качества влияет количество научных публикаций и докладов по теме работы.

Государственная экзаменационная комиссия в ходе защиты выявляет наличие у автора ВКР знаний, умений и навыков, присущих работнику, способному самостоятельно решать научно-исследовательские, организационно-управленческие, научно-учебные задачи.

Примерная ТЕМАТИКА выпускных квалификационных работ

Темы выпускных квалификационных работ определяются выпускающей кафедрой рекламы и связей с общественностью и утверждаются учебно-методическим советом факультета ежегодно.

Студенту предоставляется право выбора темы выпускной квалификационной работы вплоть до предложения своей темы с необходимым обоснованием целесообразности ее написания.

Примерная тематика выпускных квалификационных работ приведена в Приложении.

Требования к выпускной квалификационной работе

Общие требования

Текст ВКР готовится с помощью текстового редактора, печатается на одной странице каждого листа бумаги формата А4 (компьютерный шрифт Times New Roman – 14, интервал 1,5 для основного текста, Times New Roman – 12, интервал 1,0 – для сносок), представляется в переплете в напечатанном виде и на электронном носителе.

Абзац. Между строками 1,5 интервала. Абзац начинается с отступа. Текст выравнивается по ширине.

Поля. Левое – 3 см, правое – 1,5 см, верхнее – 2,0 см, нижнее – 2,0 см.

Все страницы ВКР имеют сквозную нумерацию. Первой страницей считается титульный лист, на котором нумерация не ставится, на следующей странице ставится цифра «2». Порядковый номер печатается на середине верхнего поля страницы, без каких-либо дополнительных знаков (тире, точки).

ВКР должна иметь твердый переплет.

Подробные требования к оформлению выпускной квалификационной работы имеются в Методических указаниях Структура и оформление бакалаврской, дипломной, курсовой работ и магистерской диссертации / сост. М.Б.Астапов, О.А.Бондаренко. Краснодар: Кубанский гос. Ун-т, 2016. – 49 с.

4. Фонд оценочных средств для защиты ВКР

Процесс защиты выпускной квалификационной работы выпускника и его соотнесение с совокупным ожидаемым результатом образования в компетентностном формате по ООП ВО представлена в таблице:

Контролируемые компетенции (шифр компетенции)	Результаты освоения образовательной программы	Оценочные средства
ОК-1	Знать: основы философских знаний для формирования мировоззренческой позиции	– подготовка ВКР; – защита ВКР; – дополнительные вопросы в процессе защиты; – оценка творческого проекта (при наличии) – отзыв научного руководителя;
	Уметь: применять философские знания для формирования мировоззренческой позиции	
	Владеть: основами философских знаний для формирования мировоззренческой позиции	
ОК-2	Знать: основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции	– подготовка ВКР; – защита ВКР; – дополнительные вопросы в процессе защиты; – оценка творческого проекта (при наличии) – отзыв научного руководителя;
	Уметь: анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции	

	Владеть: способностью анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции	
ОК-3	Знать: основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности	– подготовка ВКР; – защита ВКР; – дополнительные вопросы в процессе защиты; – оценка творческого проекта (при наличии) – отзыв научного руководителя;
	Уметь: использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности	
	Владеть: основами экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности	
ОК-4	Знать: основы правовых знаний применительно к различным сферам жизнедеятельности	– подготовка ВКР; – защита ВКР; – дополнительные вопросы в процессе защиты; – оценка творческого проекта (при наличии) – отзыв научного руководителя;
	Уметь: использовать основы правовых знаний в различных сферах жизнедеятельности	
	Владеть: основами правовых знаний в различных сферах жизнедеятельности	
ОК-5	Знать: коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия	– подготовка ВКР; – защита ВКР; – дополнительные вопросы в процессе защиты; – оценка творческого проекта (при наличии) – отзыв научного руководителя;
	Уметь: использовать коммуникаций в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия	
	Владеть: коммуникациями в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия	
ОК-6	Знать: техники работы в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия	– подготовка ВКР; – защита ВКР; – дополнительные вопросы в процессе защиты; – оценка творческого проекта (при наличии) – отзыв научного руководителя;
	Уметь: работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия	
	Владеть: способностями работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия	
ОК-7	Знать: специфику процессов самоорганизации и самообразования	– подготовка ВКР; – защита ВКР;

	Уметь: использовать основы самоорганизации и самообразования	– дополнительные вопросы в процессе защиты; – оценка творческого проекта (при наличии) – отзыв научного руководителя;
	Владеть: основами самоорганизации и самообразования	
ОК-8	Знать: методы и средства физической культуры для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности	– подготовка ВКР; – защита ВКР; – дополнительные вопросы в процессе защиты; – оценка творческого проекта (при наличии) – отзыв научного руководителя;
	Уметь: использовать методы и средства физической культуры для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности	
	Владеть: способностью использовать методы и средства физической культуры для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности	
ОК-9	Знать: основные методы защиты производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий	– подготовка ВКР; – защита ВКР; – дополнительные вопросы в процессе защиты; – оценка творческого проекта (при наличии) – отзыв научного руководителя;
	Уметь: пользоваться основными методами защиты производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий	
	Владеть: основными методами защиты производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий	
ОПК-1	Знать: специфику реализации профессиональных функций в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах	– подготовка ВКР; – защита ВКР; – дополнительные вопросы в процессе защиты; – оценка творческого проекта (при наличии) – отзыв научного руководителя;
	Уметь: осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах	
	Владеть: способностью осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах	
ОПК-2	Знать: специфику знания и навыки работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью	– подготовка ВКР; – защита ВКР; – дополнительные вопросы в процессе защиты; – оценка творческого проекта (при наличии) – отзыв научного руководителя;
	Уметь: использовать знания и навыки работы в отделах рекламы и связей с общественностью	

	Владеть: знаниями и навыками работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью	
ОПК-3	Знать: базовые навыки создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга	– подготовка ВКР; – защита ВКР; – дополнительные вопросы в процессе защиты; – оценка творческого проекта (при наличии) – отзыв научного руководителя;
	Уметь: обладать базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга	
	Владеть: базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга	
ОПК-4	Знать: правила, как планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия	– подготовка ВКР; – защита ВКР; – дополнительные вопросы в процессе защиты; – оценка творческого проекта (при наличии) – отзыв научного руководителя;
	Уметь: планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия	
	Владеть: умением планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия	
ОПК-5	Знать: правила, как проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия	– подготовка ВКР; – защита ВКР; – дополнительные вопросы в процессе защиты; – оценка творческого проекта (при наличии) – отзыв научного руководителя;
	Уметь: проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия	
	Владеть: умением проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия	
ОПК-6	Знать: правила, как решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности	– подготовка ВКР; – защита ВКР; – дополнительные вопросы в процессе защиты; – оценка творческого проекта (при наличии) – отзыв научного руководителя;
	Уметь: решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности	

	Владеть: способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности	
ПК-1	Знать: как 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 Уметь: 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 Владеть: способностью 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	– подготовка ВКР; – защита ВКР; – дополнительные вопросы в процессе защиты; – оценка творческого проекта (при наличии) – отзыв научного руководителя;
ПК-2	Знать: навыки по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы Уметь: владеть навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы Владеть: навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы	– подготовка ВКР; – защита ВКР; – дополнительные вопросы в процессе защиты; – оценка творческого проекта (при наличии) – отзыв научного руководителя;
ПК-3	Знать: навыки организационно-управленческой работы с малыми коллективами Уметь: владеть навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами Владеть: навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами	– подготовка ВКР; – защита ВКР; – дополнительные вопросы в процессе защиты; – оценка творческого проекта (при наличии) – отзыв научного руководителя;

ПК-4	Знать: навыки подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт)	– подготовка ВКР; – защита ВКР; – дополнительные вопросы в процессе защиты; – оценка творческого проекта (при наличии) – отзыв научного руководителя;
	Уметь: владеть навыками подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт)	
	Владеть: навыками подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт)	
ПК-5	Знать: как, реализовать проекты и владением методами их реализации	– подготовка ВКР; – защита ВКР; – дополнительные вопросы в процессе защиты; – оценка творческого проекта (при наличии) – отзыв научного руководителя;
	Уметь: реализовать проекты и владением методами их реализации	
	Владеть: способностью реализовать проекты и владением методами их реализации	
ПК-6	Знать: как, участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации	– подготовка ВКР; – защита ВКР; – дополнительные вопросы в процессе защиты; – оценка творческого проекта (при наличии) – отзыв научного руководителя;
	Уметь: участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации	
	Владеть: способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации	
ПК-7	Знать: как, принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий	– подготовка ВКР; – защита ВКР; – дополнительные вопросы в процессе защиты; – оценка творческого проекта (при наличии) – отзыв научного руководителя;
	Уметь: принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий	
	Владеть: способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий	
ПК-8	Знать: как, организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы	– подготовка ВКР; – защита ВКР; – дополнительные вопросы в процессе защиты; – оценка творческого проекта (при наличии) – отзыв научного руководителя;
	Уметь: организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические,	

	рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы Владеть: способностью 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-9	Знать: как, проводить маркетинговые исследования	– подготовка ВКР; – защита ВКР; – дополнительные вопросы в процессе защиты; – оценка творческого проекта (при наличии) – отзыв научного руководителя;
	Уметь: проводить маркетинговые исследования	
	Владеть: способностью проводить маркетинговые исследования	
ПК-10	Знать: как, организовывать и проводить социологические исследования	– подготовка ВКР; – защита ВКР; – дополнительные вопросы в процессе защиты; – оценка творческого проекта (при наличии) – отзыв научного руководителя;
	Уметь: организовывать и проводить социологические исследования	
	Владеть: способностью организовывать и проводить социологические исследования	
ПК-11	Знать: как, владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов	– подготовка ВКР; – защита ВКР; – дополнительные вопросы в процессе защиты; – оценка творческого проекта (при наличии) – отзыв научного руководителя;
	Уметь: владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов	
	Владеть: способностью владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов	
ПК-12	Знать: как, под контролем осуществлять профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации	– подготовка ВКР; – защита ВКР; – дополнительные вопросы в процессе защиты; – оценка творческого проекта (при наличии) – отзыв научного руководителя;
	Уметь: под контролем осуществлять профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации	
	Владеть: способностью под контролем осуществлять профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации	

ПК-13	Знать: как, под контролем осуществлять рекламные кампании и мероприятия	– подготовка ВКР; – защита ВКР; – дополнительные вопросы в процессе защиты; – оценка творческого проекта (при наличии) – отзыв научного руководителя;
	Уметь: под контролем осуществлять рекламные кампании и мероприятия	
	Владеть: способностью под контролем осуществлять рекламные кампании и мероприятия	
ПК-14	Знать: как, реализовывать знания в области рекламы как сферы профессиональной деятельности	– подготовка ВКР; – защита ВКР; – дополнительные вопросы в процессе защиты; – оценка творческого проекта (при наличии) – отзыв научного руководителя;
	Уметь: реализовывать знания в области рекламы как сферы профессиональной деятельности	
	Владеть: способностью реализовывать знания в области рекламы как сферы профессиональной деятельности	
ПК-15	Знать: как, владеть навыками работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе рекламном агентстве	– подготовка ВКР; – защита ВКР; – дополнительные вопросы в процессе защиты; – оценка творческого проекта (при наличии) – отзыв научного руководителя;
	Уметь: владеть навыками работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе рекламном агентстве	
	Владеть: навыками работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе рекламном агентстве	
ПК-16	Знать: специфику подготовку к выпуску, производства и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы	– подготовка ВКР; – защита ВКР; – дополнительные вопросы в процессе защиты; – оценка творческого проекта (при наличии) – отзыв научного руководителя;
	Уметь: осуществлять под контролем подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы	
	Владеть: навыками подготовки к выпуску, производства и распространения рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы	

1. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся при подготовке к ВКР.

1. Структура и оформление бакалаврской, дипломной, курсовой работы и магистерской диссертации: учебно-методические указания / сост. М.Б. Астапов, О.А. Бондаренко. – Краснодар: Кубанский гос.ун-т, 2016, 49 с.

3. Положение о подготовке и защите выпускных квалификационных работ. – [Электронный ресурс], - URL: <https://www.kubsu.ru/sites/default/files/docs/p8.pdf>.

2. Методические указания по выполнению выпускной квалификационной работы.

Порядок выполнения выпускных квалификационных работ.

Продолжительность подготовки ВКР определяется учебным планом.

Список рекомендуемых тем ВКР утверждается выпускающей кафедрой и доводится до сведения выпускников не позднее, чем за восемь месяцев до защиты ВКР.

Выпускнику может предоставляться право выбора темы ВКР в порядке, определяемом заведующим выпускающей кафедрой, вплоть до предложения своей тематики с необходимым обоснованием целесообразности ее разработки.

Выпускник обязан выбрать примерную тему ВКР не позднее, чем за шесть месяцев до защиты ВКР.

Для руководства ВКР заведующим кафедрой назначается научный руководитель в сроки, не позднее утверждения учебной нагрузки на следующий учебный год.

Определяющим при назначении научного руководителя ВКР является его квалификация, специализация и направление научной работы. При необходимости студенту назначаются консультанты.

Смена научного руководителя и принципиальное изменение темы ВКР возможны в исключительных случаях по решению заведующего кафедрой не позднее трех месяцев до защиты ВКР.

Окончательные варианты темы ВКР, выбранные выпускником и согласованные с научным руководителем, утверждаются выпускающей кафедрой не позднее, чем за один месяц до защиты ВКР.

Научный руководитель ВКР осуществляет руководство и консультационную помощь в процессе подготовки ВКР в пределах времени, определяемого нормами педагогической нагрузки.

Порядок и сроки представления ВКР научному руководителю и в ГЭК.

После завершения подготовки обучающимся выпускной квалификационной работы руководитель выпускной квалификационной работы представляет письменный отзыв о работе обучающегося в период подготовки выпускной квалификационной работы (далее - отзыв). В случае выполнения выпускной квалификационной работы несколькими обучающимися руководитель выпускной квалификационной работы представляет отзыв об их совместной работе в период подготовки выпускной квалификационной работы.

Подготовленная и полностью оформленная работа вместе с отзывом научного руководителя, рецензией и, при наличии, справками о практическом использовании результатов представляется на выпускающую кафедру для прохождения нормоконтроля и последующей процедуры предварительной защиты.

Для проведения рецензирования выпускной квалификационной работы указанная работа направляется организацией одному или нескольким рецензентам из числа лиц, не являющихся работниками университета, в которой выполнена выпускная квалификационная работа. Рецензент проводит анализ выпускной квалификационной работы и представляет в организацию письменную рецензию на указанную работу (далее - рецензия).

Факультет обеспечивает ознакомление обучающегося с отзывом и рецензией (рецензиями) не позднее чем за 5 календарных дней до дня защиты выпускной квалификационной работы.

Выпускная квалификационная работа, отзыв и рецензия (рецензии) передаются в государственную экзаменационную комиссию не позднее чем за 2 календарных дня до дня защиты выпускной квалификационной работы.

Тексты выпускных квалификационных работ, за исключением текстов выпускных квалификационных работ, содержащих сведения, составляющие государственную тайну, размещаются организацией в электронно-библиотечной системе университета и проверяются на объем заимствования.

Порядок защиты выпускной квалификационной работы.

Защита выпускной квалификационной работы осуществляется на заседании государственной экзаменационной комиссии (ГЭК), утверждаемой в установленном порядке.

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

После завершения защиты всех ВКР, предусмотренных по графику на текущий день, объявляется перерыв для обсуждения членами комиссии итогов защиты и выставления окончательной оценки студентам. Результаты защиты определяются оценками «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

Результаты государственного аттестационного испытания, проводимого в устной форме, объявляются в день его проведения, результаты государственного аттестационного испытания, проводимого в письменной форме, - на следующий рабочий день после дня его проведения.

Председатель ГЭК сообщает выпускникам окончательные итоги защиты выпускных квалификационных работ.

Наиболее интересные в теоретическом и практическом отношении ВКР могут быть рекомендованы к опубликованию в печати, а также представлены к участию в конкурсе научных работ.

5. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для подготовки к защите ВКР

а) основная литература:

1. Связи с общественностью: Теория, практика, коммуникативные стратегии: Учеб. пособие для студентов вузов. [Электронный ресурс] учеб. пособие / С.А. Шомова [и др.]. — Электрон. дан. — М.: Аспект Пресс, 2013. — 198 с. — Режим доступа: <http://e.lanbook.com/book/68854> — Загл. с экрана.

2. Чумиков, А.Н. Реклама и связи с общественностью: Имидж, репутация, бренд: Учеб. пособие для студентов вузов. [Электронный ресурс] учеб. пособие — Электрон. дан. — М.: Аспект Пресс, 2014. — 159 с. — Режим доступа: <http://e.lanbook.com/book/68866> — Загл. с экрана.

3. Шарков, Ф.И. Интегрированные коммуникации: правовое регулирование в рекламе, связях с общественностью и журналистике: Учебное пособие. [Электронный ресурс] учеб. пособие — Электрон. дан. — М., Дашков и К, 2014. — 336 с. — Режим доступа: <http://e.lanbook.com/book/56211> — Загл. с экрана.

б) дополнительная литература:

1. Данилина, В.В. Связи с общественностью. Составление документов: Теория и практика: Учеб. пособие для студентов вузов. [Электронный ресурс]: учеб. пособие / В.В. Данилина, Л.В. Минаева, Л.К. Салиева. — Электрон. дан. — М.: Аспект Пресс, 2012. — 320 с. — Режим доступа: <http://e.lanbook.com/book/68858> — Загл. с экрана.

в) нормативная литература

1. ГОСТ Р 7.0.5–2008. Библиографическая ссылка. Общие требования и правила составления. Москва, 2008. – 46 с.

2. Федеральный закон от 29.12.2012 N 273-ФЗ (ред. от 29.07.2017) "Об образовании в Российской Федерации".

3. ГОСТ 7.1- 2003 «Библиографическая запись. Библиографическое описание. Общие требования и правила составления». Москва, 2004.- 48с.

4. Положение о подготовке и защите выпускных квалификационных работ КубГУ

5. Приказ Министерства образования и науки РФ от 29 июня 2015 г. № 636 «Об утверждении Порядка проведения государственной итоговой аттестации по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета и программам магистратуры»

г) периодические издания

1. «Научный вестник Кубанского государственного университета. Медиакоммуникация»

2. «Вестник МГУ. Серия: Журналистика»

6. Перечень информационных технологий, используемых при подготовке к ГИА, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем.

а) в процессе организации подготовки к ГИА применяются современные **информационные технологии**:

1) мультимедийные технологии, для чего защиты проводятся в помещениях, оборудованных экраном, видеопроектором, персональными компьютерами.

2) компьютерные технологии и программные продукты, необходимые для сбора и систематизации информации, проведения требуемых расчетов и т.д.

б) перечень лицензионного программного обеспечения:

- Microsoft Windows 8, 10 (Интернет, просмотр видео, запуск прикладных программ);

- Microsoft Office Professional Plus (Текстовый редактор, табличный редактор, редактор презентаций, СУБД, дополнительные офисные инструменты, клиент электронной почты).

в) перечень информационных справочных систем:

– Информационно-правовая система «Гарант» [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://garant.ru/>

– Информационно-правовая система «Консультант Плюс» [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://consultant.ru/>

– Электронно-библиотечная система «Консультант студента» (www.studmedlib.ru);

– Электронная библиотечная система eLIBRARY.RU (<http://www.elibrary.ru>)

10. Порядок проведения ГИА для лиц с ограниченными возможностями здоровья.

При проведении государственной итоговой аттестации 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;

– обеспечение возможности беспрепятственного доступа обучающихся инвалидов в аудитории, туалетные и другие помещения, а также их пребывания в указанных помещениях (наличие пандусов, поручней, расширенных дверных проемов, лифтов, при отсутствии лифтов аудитория должна располагаться на первом этаже, наличие специальных кресел и других приспособлений).

По письменному заявлению обучающегося инвалида продолжительность сдачи обучающимся инвалидом государственного аттестационного испытания может быть увеличена по отношению к установленной продолжительности его сдачи:

– продолжительность выступления обучающегося при защите выпускной квалификационной работы - не более чем на 15 минут.

В зависимости от индивидуальных особенностей обучающихся с ограниченными возможностями здоровья обеспечивается выполнение следующих требований при проведении государственного аттестационного испытания:

а) для слепых:

– задания и иные материалы для сдачи государственного аттестационного испытания оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением для слепых, либо зачитываются ассистентом;

– письменные задания выполняются обучающимися на бумаге или на компьютере со специализированным программным обеспечением для слепых, либо надиктовываются ассистенту;

– при необходимости обучающимся предоставляется комплект письменных принадлежностей и бумага, компьютер со специализированным программным обеспечением для слепых;

б) для слабовидящих:

– задания и иные материалы для сдачи государственного аттестационного испытания оформляются увеличенным шрифтом;

– обеспечивается индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс;

– при необходимости обучающимся предоставляется увеличивающее устройство, допускается использование увеличивающих устройств, имеющихся у обучающихся;

в) для глухих и слабослышащих, с тяжелыми нарушениями речи:

– обеспечивается наличие звукоусиливающей аппаратуры коллективного пользования, при необходимости обучающимся предоставляется звукоусиливающая аппаратура индивидуального пользования;

– по их желанию государственные аттестационные испытания проводятся в письменной форме;

г) для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата (тяжелыми нарушениями двигательных функций верхних конечностей или отсутствием верхних конечностей):

– письменные задания выполняются обучающимися на компьютере со специализированным программным обеспечением или надиктовываются ассистенту;

– по их желанию государственные аттестационные испытания проводятся в устной форме.

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.

11. Материально-техническая база, необходимая для проведения ГИА

Для проведения государственной итоговой аттестации необходима материально-техническая база, соответствующая действующим санитарным и противопожарным нормам, а также требованиям техники безопасности.

№	Наименование специальных* помещений и помещений для самостоятельной работы	Перечень оборудования и технических средств обучения
1.	Кабинет для самостоятельной работы (для выполнения ВКР) ауд.401	• рабочее место для консультанта-преподавателя; • компьютер, принтер; • рабочие места для обучающихся; • лицензионное программное обеспечение общего и специального назначения; • комплект учебно-методической документации.
2.	Групповые (индивидуальные) консультации	Аудитория (столы, стулья) (ауд.: 202, 205, 209, 301, 302, 304, 305, 306, 307, 308, 309, 310, 402, 404, 406, 407, 408, 409, 410, 411, 412)
3.	Кабинет (для защиты ВКР) ауд. (ауд.: 202, 205, 301, 302, 310, 402, 410, 412)	• рабочее место для членов Государственной экзаменационной комиссии; • компьютер, мультимедийный проектор, экран;

		лицензионное программное обеспечение общего и специального назначения.
--	--	--

Приложение 1

Примерная тематика выпускных квалификационных работ по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль) «Реклама и связи с общественностью в системе государственного и муниципального управления»

1. PR-проект в сфере молодежной политики: региональный аспект
2. Всероссийская акция «Библионочь» в аспекте продвижения издательской продукции: региональный аспект
3. Феминистический дискурс в современной России: пиарологический аспект
4. Техники и технологии ведения информационных войн в аспекте гибридных конфликтов (на примере Украины, Южной Осетии и Сирии)
5. Социальная реклама в деятельности фондов по защите окружающей среды: российский и зарубежный опыт
6. Событие как инструмент продвижения туристически привлекательного объекта всемирного наследия (на примере озера Байкал)
7. PR-технологии формирования и продвижения имиджа медийной персоны (на примере Ольги Бузовой)
8. Деятельность государственного ведомства NASA как имиджеформирующий компонент страны
9. Пропаганда патриотизма в плакатах военной тематики XX века: российский и зарубежный опыт
10. ЧМФ-2018 в аспекте формирования имиджа РФ: мифы; стереотипы; реальность
11. Инновационные PR-технологии формирования имиджа вуза (на примере ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет»)
12. Специфика работы отдела по связям с общественностью в государственных структурах (на примере Главного управления МЧС России по Краснодарскому краю)
13. Традиционные и инновационные PR-технологии продвижения территории (на примере АО «ОЭЗ «Иннополис»»)
14. PR-технологии продвижения бренда спортивного клуба (на примере АО Футбольный клуб «Ростов»)
15. Организация празднования Дня города как event-инструмент формирования имиджа города (на примере 225 летнего юбилея города Краснодара)
16. PR-проект продвижения искусства: региональный аспект
17. Инновационные PR-технологии продвижения имиджа художественного музея (на примере Государственной Третьяковской галереи)
18. PR-технологии в деятельности пресс-службы ФССП России
19. Книжный фестиваль как специальное мероприятие в продвижении издательской продукции (на примере фестиваля «Красная площадь»)
20. Профессиональный клуб как инструмент привлечения абитуриентов в вуз (на примере деятельности профессиональных клубов факультета журналистики ФГБОУ ВО «КубГУ»)
21. Проект «Русские сезоны» как инструмент формирования и продвижения российской культуры за рубежом
22. Имидж личности в политических структурах (на примере директора Департамента информации и печати МИД России Марии Захаровой)
23. Брендинг территории как эффективная PR-технология (на примере Республики Северная Осетия – Алания)
24. Анимационный проект «Гора самоцветов» как имиджеформирующий компонент этнокультурного наследия народов России
25. Деятельность пресс-службы в банковской сфере как инструмент связей с общественностью (на примере АО «Россельхозбанк»)
26. Имидж государственного деятеля на примере мэров г. Москвы Ю.М. Лужкова и С.С. Собянина: сравнительно-сопоставительный анализ
27. PR-технологии в деятельности пресс-службы администрации Краснодарского края
28. Электронные корпоративные издания как инструмент формирования имиджа вуза: сравнительно-сопоставительный анализ (на примере ФГБОУ ВО «МГУ им. М.В. Ломоносова» и НОУ ВО «Гарвардский университет»)
29. PR-проекты в социальной сфере (на примере материалов государственной программы РФ «Доступная среда»)
30. Специальные PR-мероприятия как инструмент формирования социально-политических установок молодежи (на примере молодежного форума Кубани «Регион 93»)

31. Рекламные стратегии, используемые в современной политической рекламе: отечественный опыт (на примере выборов Президента РФ)
32. Инновационные PR-технологии в аспекте формирования имиджа Федеральной таможенной службы России
33. Сайт как инновационная PR-технология продвижения и популяризации ККОО «Центр национальных культур»: региональный аспект
34. PR-технологии в деятельности пресс-центра Министерства образования, науки и молодежной политики Краснодарского края
35. Деятельность российского предпринимателя С. Галицкого в аспекте формирования современного имиджа города Краснодара
36. Фирменный стиль как составной элемент формирования корпоративного имиджа ОАО «РЖД»
37. Графический дизайн в современной социальной рекламе: отечественный опыт
38. Онлайн-технологии как инструмент взаимодействия с государственными институтами: пиарологический аспект
39. Технологии продвижения деятельности молодежной политической организации (на примере ВОО «Молодая Гвардия Единой России»)
40. Технологии продвижения и популяризации театрального искусства в РФ
41. Имидж института государственной власти в системе PR (на примере сайта Федеральной службы войск национальной гвардии РФ)
42. Событие как инструмент формирования имиджа губернатора Краснодарского края
43. Новые и традиционные PR-технологии в формировании имиджа мэра г. Краснодара Е.А. Первышова
44. Советский кинематограф как инструмент пропаганды в СССР
45. PR-технологии продвижения имиджа территории: сравнительно-сопоставительный анализ (на примере Ставропольского края и Краснодарского края)
46. Специфика формирования имиджа Ленинградской области как туристически привлекательного объекта
47. Инновационные технологии продвижения имиджа современного российского телеканала (на примере ВГТРК «Россия»)
48. Персональный бренд как технология формирования и продвижения имиджа политического лидера (на примере Ксении Собчак)
49. Функциональная реализация слогана в текстах советских плакатов: анализ кейсов
50. Технологии формирования имиджа детских образовательных учреждений (на примере ФГБОУ «ВДЦ «Орлёнок»)
51. Специальное событие как эффективная PR-технология продвижения имиджа города (на примере деятельности клубов, входящих в НБА)
52. «Гендерная специфика профессионально-этической деятельности журналиста (на примере журналов «Psychologies», «Allure», «Marie Claire», «Wonderzine», «Афиша Daily », «Cosmo»))»
53. «Особенности коммуникативных технологий в международной рекламе (на примере ведущих брендов безалкогольной продукции)»
54. «Эффективные PR-технологии формирования и продвижения имиджа Республики Кипр как привлекательного туристического объекта»
55. «Связи с общественностью как инструмент управления имиджем в условиях международной деятельности (на примере Министерства иностранных дел Российской Федерации)»
56. «Реклама и искусство: взаимодействие и взаимовлияние (на примере социальной рекламы)»
57. «Специфика деятельности ведомственных пресс-служб (на примере пресс-служб ГУВД по Краснодарскому краю)»
58. «Специфика формирования образа руководителя внешнеполитического ведомства на примере деятельности С.В. Лаврова»
59. «Стратегии развития отечественной социальной рекламы»
60. «Возрождение и развитие национальной культуры адыгов в современной периодической печати (на примере газеты «Советская Адыгея»)»
61. «Общество русской словесности» как современный проект возрождения культурно-нравственных традиций (на примере электронных изданий)
62. Шоковая реклама как разновидность социальной рекламы: российский и зарубежный опыт
63. Сайт ФГБУК «Государственный академический Мариинский театр» как эффективный инструмент формирования общественных связей
64. Социальные стратегии формирования общественного мнения: региональный аспект
65. PR-технологии как инструмент формирования и продвижения социального имиджа региона (на примере Краснодарского края)
66. Социально-психологическая специфика социальной рекламы в РФ

67. Рекламные и PR-технологии как комплексный инструмент продвижения государственных и муниципальных услуг
68. «Ночь музеев» как event-технология в продвижении учреждений сферы культуры
69. Социальная реклама как эффективный инструмент деятельности Фонда поддержки детей, находящихся в ТЖС
70. Региональные СМИ как инструмент манипуляции массовым сознанием: пиарологический аспект (на примере СМИ Ставропольского края)
71. «Ночь библиотек» как event-технология в продвижении учреждений сферы просвещения
72. Достижения в сфере культуры и искусства Краснодарского края как имиджеформирующий компонент региона
73. Коммуникативная специфика политической рекламы: российский опыт
74. Сайт главного управления МВД России по Краснодарскому краю как эффективный PR-инструмент формирования общественных связей в регионе
75. Социальная реклама как инструмент пропаганды гуманного отношения к животным: анализ кейсов
76. Специфика символики городов Республики Коми как эффективный инструмент формирования бренда территории
77. Символика города Екатеринодара как эффективный инструмент формирования урбанистического имиджа столицы Краснодарского края
78. Сайт как инструмент взаимодействия предприятий сферы коммунальных услуг с общественностью (на примере ГУП СК «Ставрополькрайводоканал»)
79. Сайт политической партии «Единая Россия» как инструмент формирования электората (на примере Краснодарского края)
80. Символика СССР и Российской Федерации как имиджеформирующий компонент государства: сравнительно-сопоставительный анализ
81. Социальные сети как молодежная коммуникативная среда (на примере деятельности молодёжных общественных организаций Краснодарского края).
82. Средства массовой информации как фактор формирования общественного сознания
83. Язык как инструмент социальной власти (на примере администрации муниципального образования г.Краснодар)
84. Коммуникации в информационном обществе: региональный аспект
85. Корпоративные праздники как технология создания и укрепления корпоративного духа
86. Массовая коммуникация и реклама: особенности взаимодействия и взаимовлияния
87. Убеждение и внушение как способы коммуникативного воздействия на аудиторию
88. Влияние знака и символа на управление социальными коммуникациями
89. Имидж первого лица компании как важная составляющая корпоративной культуры
90. PR-деятельность и современные рекламные стратегии: взаимосвязь, тенденции и перспективы развития
91. Информационные войны: история и современность
92. Спонсорство и благотворительность как PR-деятельность в организациях: состояние, проблемы, направления совершенствования и перспективы развития (на примере ПАО «Газпром Межрегионгаз»).
93. Связи с общественностью в правоохранительных органах: состояние, проблемы, направления совершенствования и перспективы развития.

Титульный лист ВКР

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«КУБАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(ФГБОУ ВО КубГУ)

Кафедра рекламы и связей с общественностью

ДОПУСТИТЬ К ЗАЩИТЕ В ГЭК
Научный руководитель, должность
Ученая степень, ученое звание
Инициалы, фамилия _____
(Подпись) _____ 2018 г.

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА
БАКАЛАВРА

НАИМЕНОВАНИЕ ТЕМЫ

Работу выполнил _____ Инициалы, фамилия
(подпись)

Факультет _____

Направление _____

Нормоконтролер,
должность, ученая степень,
ученое звание _____ Инициалы, фамилия
(подпись)

Краснодар 2018

Образец оглавления ВКР

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	
1	
1.1	
1.2	
.....	
2	
.....	
2.1	
.....	
2.2	
.....	
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ	

Форма отзыва руководителя выпускной квалификационной работы

Федерального государственного образовательного бюджетного учреждения высшего
профессионального образования
«Кубанский государственный университет»
факультет журналистики
кафедра рекламы и связей с общественностью

Отзыв руководителя о выпускной квалификационной работе

студента (ки) _____

(фамилия, имя, отчество)

Группа _____

На тему: _____

1 Объем работы: количество страниц _____. Графическая часть _____ листов.

2 Цель и задачи дипломного исследования: _____

3 Актуальность, теоретическая, практическая значимость темы исследования: _____

4 Соответствие содержания работы заданию (полное или неполное): _____

5 Степень самостоятельности и способности дипломника к исследовательской работе (умение и навыки искать, обобщать, анализировать материал и делать выводы): _____

6 Оценка деятельности студента в период выполнения дипломной работы (степень добросовестности, работоспособности, ответственности, аккуратности и т.п.): _____

7 Целесообразность и возможность внедрения результатов выпускной квалификационной работы _____

Руководитель _____

(фамилия, имя, отчество, должность, ученая степень, ученое звание)

Дата: «___» _____ 20__ г.

Подпись: _____

Заявление студента-выпускника на утверждение темы и научного руководителя выпускной квалификационной работы

Заведующему кафедрой рекламы и связей с
общественностью

студента ОФО (ЗФО) направления 42.03.01 Реклама
и связи с общественностью

ЗАЯВЛЕНИЕ

Прошу утвердить тему выпускной квалификационной работы

В качестве научного руководителя работы прошу утвердить

(фамилия, имя, отчество, ученая степень, ученое звание)

(занимаемая должность)

Предполагаемый предмет исследования

Предполагаемый объект исследования

Подпись студента _____

Подпись научного руководителя _____

Форма заявления на изменение темы ВКР

Заведующему кафедрой рекламы и связей с
общественностью

студента ОФО (ЗФО) направления 42.03.01 Реклама
и связи с общественностью

Заявление

Прошу изменить тему моей выпускной квалификационной работы:

« _____

_____»

Дата _____

Подпись студента _____

Согласовано с научным руководителем _____
(подпись научного руководителя)