

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
ГОСУДАРСТВЕННОЙ ИТОГОВОЙ АТТЕСТАЦИИ,
ВКЛЮЧАЮЩАЯ ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ
ГОСУДАРСТВЕННЫХ АТТЕСТАЦИОННЫХ ИСПЫТАНИЙ**

направление подготовки: 42.03.05 Медиакоммуникации

образовательная программа: Медиакоммуникации и продвижение в
цифровой среде

квалификация: бакалавр

формы обучения: очная, заочная

2025 год набора

Барнаул

Рабочая программа государственной итоговой аттестации (далее – РП ГИА) по образовательной программе «Медиакоммуникации и продвижение в цифровой среде» разработана в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.05 Медиакоммуникации, уровень бакалавриата, Порядком проведения государственной итоговой аттестации по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета и программам магистратуры, утверждённым приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 29 июня 2015 г. № 636, и локальными нормативными актами Академии.

Составители:

Комиссарова Людмила Михайловна, к.фил.н., доцент, доцент кафедры медиакоммуникаций, русского языка и риторики

Шмаков Артем Алексеевич, к.фил.н., доцент кафедры медиакоммуникаций, русского языка и риторики

И.о. заведующего кафедрой:

Гончарова Наталья Петровна, к.соц.н., доцент, и.о. заведующего кафедрой медиакоммуникаций, русского языка и риторики

Рабочая программа государственной итоговой аттестации одобрена на заседании кафедры медиакоммуникаций, русского языка и риторики

протокол № 1 от «27» августа 2025 г.

СОДЕРЖАНИЕ

1. Основные требования к структуре, содержанию и порядку проведения государственной итоговой аттестации.

1.1. Цель и задачи государственной итоговой аттестации выпускников.

1.2. Место государственной итоговой аттестации в структуре образовательной программы, трудоемкость, формы и сроки проведения.

1.3. Материально-техническое обеспечение государственной итоговой аттестации.

1.4. Учебно-методическое обеспечение государственной итоговой аттестации.

2. Оценочные материалы государственной итоговой аттестации, шкалы и критерии оценивания.

2.1. Планируемые результаты освоения образовательной программы.

2.2. Оценочные материалы по видам государственных аттестационных испытаний.

2.3. Шкалы и критерии оценивания по видам государственных аттестационных испытаний.

Приложение 1. Примерная тематика выпускных квалификационных работ.

Приложение 2. Перечень вопросов открытого типа к государственному экзамену.

Приложение 3. Перечень заданий комбинированного и закрытого типов для государственного экзамена.

1. Основные требования к структуре, содержанию и порядку проведения государственной итоговой аттестации.

1.1. Цель и задачи государственной итоговой аттестации выпускников.

Целью ГИА является установление соответствия уровня и качества подготовки выпускника Академии к выполнению профессиональных задач и степени сформированности у выпускника компетенций, установленных образовательной программой.

Совокупность компетенций, установленных образовательной программой, должна обеспечивать выпускнику способность осуществлять профессиональную деятельность не менее чем в одной области и (или) сфере профессиональной деятельности.

Задачами ГИА являются:

– проверка уровня сформированности компетенций и степени владения выпускником теоретическими знаниями, умениями и практическими навыками для профессиональной деятельности в соответствии с областью (областями) знаний и (или) сферой (сферами) профессиональной деятельности, на которые ориентирована образовательная программа;

– принятие решения о присвоении квалификации по результатам ГИА и выдаче документа о высшем образовании;

– разработка рекомендаций по совершенствованию подготовки выпускников на основании результатов работы государственной экзаменационной комиссии (далее – ГЭК).

1.2. Место государственной итоговой аттестации в структуре образовательной программы, трудоемкость, формы и сроки проведения.

Блок 3 «Государственная итоговая аттестация» в полном объеме относится к обязательной части образовательной программы и включает в себя:

- подготовку к сдаче и сдачу государственного экзамена (далее – Госэкзамен);

- подготовку к процедуре защиты и защиту выпускной квалификационной работы.

Трудоемкость ГИА составляет 9 зачётных единиц (далее – з.е.), в том числе, на Госэкзамен – 3 з.е., на ВКР – 6 з.е. ГИА проводится в сроки, установленные календарным учебным графиком образовательной программы. Расписание аттестационных испытаний доводится до сведения обучающихся не позднее чем за 1 месяц до начала периода ГИА.

Порядок организации и проведения ГИА регулируется отдельным локальным нормативным актом Академии.

1.3. Материально-техническое обеспечение государственной итоговой аттестации.

Материально-техническое обеспечение государственной итоговой аттестации предусматривает наличие аудитории для сдачи государственного экзамена и защиты выпускной квалификационной работы. Государственный экзамен проходит в аудиториях, предусматривающих наличие рабочих мест для председателя, членов государственной экзаменационной комиссии, секретаря и рабочих мест для обучающихся, допущенных на государственный экзамен. Для защиты выпускной квалификационной работы также требуется аудитория, предусматривающая наличие рабочих мест для председателя и членов государственной экзаменационной комиссии, рабочего места для обучающегося, компьютерной техники с необходимым лицензионным программным обеспечением, мультимедийного проектора, экрана, щитов для размещения наглядного материала.

1.4. Учебно-методическое обеспечение государственной итоговой аттестации.

Рекомендуемая литература:

Основная литература

№ п/п	Автор	Название издания	Издательство	Год издания	Расположение
1.	Ефанов, А. А.	Социология медиакультуры и медиаобразования : учебник для вузов	Москва : Издательство Юрайт	2026. — 124 с.	https://urait.ru/bcode/587873
2.	Музыкант, В. Л.	Основы интегрированных коммуникаций: теория и современные практики в 2 ч. Часть 1. Стратегии, эффективный брендинг : учебник и практикум для вузов	Москва : Издательство Юрайт	2025. — 475 с.	URL: https://urait.ru/bcode/561316
3.	Мясникова, М. А.	Практика профессионального медиаобразования : учебник для вузов	Москва : Издательство Юрайт	2025. — 179 с.	URL: https://urait.ru/bcode/562862
4.	Трищенко, Д. А.	Техника и технологии рекламного видео : учебник и практикум для вузов	Москва : Издательство Юрайт	2026. — 177 с.	URL: https://urait.ru/bcode/587676
5.	Ульбашев, А. Х.	Правовые и этические основы журналистики : учебник для вузов	Москва : Издательство Юрайт	2026. — 231 с.	URL: https://urait.ru/bcode/587283

6.	Чумиков, А. Н.	Медиакоммуникации : учебник	Москва : Проспект	2023. — 208 с.	https://e.lanbook.com/book/424139
7.	Чумиков, А. Н.	Связи с общественностью и медиакоммуникации : учебник для вузов	Москва : Издательство Юрайт	2026. — 199 с.	https://urait.ru/bcode/586446

Дополнительная литература

№	Автор	Название	Издательство	Год выпуска	Расположение
1.	Виноградова, С. М.	Психология массовой коммуникации : учебник для вузов	Москва : Издательство Юрайт	2025. — 428 с.	URL: https://urait.ru/bcode/560040
2.	Коноваленко, М. Ю.	Теория коммуникации : учебник для вузов	Москва : Издательство Юрайт	2026. — 415 с.	URL: https://urait.ru/bcode/582690
3.	под редакцией Т. Д. Венедиктовой, Д. Б. Гудкова	Основы теории коммуникации : учебник и практикум для вузов	Москва : Издательство Юрайт	2026. — 193 с.	URL: https://urait.ru/bcode/583756
4.	Потапов, Ю. А.	Современная пресс-служба : учебник для вузов	Москва : Издательство Юрайт	2026. — 358 с.	URL: https://urait.ru/bcode/586752
5.	Трищенко, Д. А.	Копирайтинг : учебник для вузов	Москва : Издательство Юрайт	2026. — 124 с.	URL: https://urait.ru/bcode/587677

Нормативные правовые документы

1. Федеральный закон от 27.12.1991 № 2124-1 «О средствах массовой информации» (ред. от 23.11.2024) [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://normativ.kontur.ru/document?moduleId=1&documentId=504513>

2. Закон РФ от 07.02.1992 № 2300-1 «О защите прав потребителей» (ред. от 08.08.2024) [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://normativ.kontur.ru/document?moduleId=1&documentId=504513>

3. Федеральный закон от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (ред. от 27.10.2025) [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://normativ.kontur.ru/document?moduleId=1&documentId=504513>

4. Федеральный закон от 27.07.2006 № 149-ФЗ «Об информации,

информационных технологиях и о защите информации» (ред. от 26.12.2024) [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://base.garant.ru/409234670/>

5. Федеральный закон от 27.07.2006 № 152-ФЗ «О персональных данных» (ред. от 23.11.2024) [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://base.garant.ru/58073914/>

6. Федеральный закон от 29.12.2012 № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации» (ред. от 08.08.2024) [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://normativ.kontur.ru/document?moduleId=1&documentId=504513>

7. Приказ Министерства образования и науки РФ от 08.06.2017 № 527 «Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта высшего образования — бакалавриат по направлению подготовки 42.03.05 Медиакommunikации» (ред. от 27.02.2023) [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://fgos.ru/fgos/fgos-42-03-05-mediakommunikacii-527/>

8. Постановление Правительства РФ от 30.05.2022 № 996 «Об утверждении Правил маркировки рекламы в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"» (ред. от 25.12.2024) [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://normativ.kontur.ru/document?moduleId=1&documentId=504513>

9. Приказ Роскомнадзора от 30.06.2022 № 109 «Об утверждении требований к порядку маркировки интернет-рекламы» [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://base.garant.ru/71708700/>

10. Приказ Министерства науки и высшего образования РФ от 19.07.2022 № 662 «О внесении изменений в федеральные государственные образовательные стандарты высшего образования» [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://base.garant.ru/71708700/>

11. Постановление Правительства РФ от 24.07.2025 № 1087 «Об утверждении критериев отнесения к рекламе информации, распространяемой на отдельных информационных ресурсах в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"» [Электронный ресурс]. — Режим доступа: https://epp.genproc.gov.ru/ru/proc_77/activity/legal-education/about-law/e8256540/

Перечень информационно-справочных систем

1. AdIndex — аналитическое издание о рекламном рынке и маркетинговых технологиях. — Режим доступа: <https://adindex.ru/>

2. AdPass — блог-платформа о маркетинге, рекламе и коммуникациях при поддержке АКАР, РАМУ, АРИР. — Режим доступа: <https://adpass.ru/>

3. AppsFlyer Глоссарий — терминология по мобильному маркетингу, программатик-рекламе и платформам управления данными. — Режим

доступа: <https://www.appsflyer.com/ru/glossary/>

4. Cossa.ru — медиа о digital-маркетинге, digital-культуре и digital-образовании. — Режим доступа: <https://www.cossa.ru/>

5. SeoNews — отраслевое медиа об интернет-маркетинге, SEO, продвижении сайтов. — Режим доступа: <https://seonews.ru/>

6. Sostav.ru — крупнейшее онлайн-медиа о маркетинге, рекламе, PR и коммуникациях. — Режим доступа: <https://www.sostav.ru/>

7. Spark.ru — платформа для публикации экспертных материалов о бизнесе, маркетинге и стартапах. — Режим доступа: <https://spark.ru/>

8. VC.ru — платформа для предпринимателей и специалистов в области стартапов, технологий и маркетинга. — Режим доступа: <https://vc.ru/>

9. Workspace Media — медиа о работе в digital-индустрии, маркетинге, веб-разработке, SMM и PR. — Режим доступа: <https://workspace.ru/blog/>

10. Научная библиотека МГУ имени М.В. Ломоносова. — Режим доступа: <https://nbmgu.ru/>

11. Официальный интернет-портал правовой информации. — Режим доступа: <http://pravo.gov.ru/>

12. Официальный сайт Государственной Думы Федерального Собрания РФ. — Режим доступа: <http://duma.gov.ru/>

13. Официальный сайт Правительства Российской Федерации. — Режим доступа: <http://government.ru/>

14. Официальный сайт Президента Российской Федерации. — Режим доступа: <http://kremlin.ru/>

15. Официальный сайт Федеральной антимонопольной службы России (ФАС России). Раздел «Реклама в интернете». — Режим доступа: https://fas.gov.ru/pages/reklama_v_internete

16. Российская государственная библиотека (РГБ). — Режим доступа: <https://www.rsl.ru/>

2. Оценочные материалы государственной итоговой аттестации.

2.1. Планируемые результаты освоения образовательной программы.

Совокупность государственных аттестационных испытаний направлена на выявление и установление степени достижения выпускником запланированных результатов освоения образовательной программы – сформированности всех запланированных компетенций.

Перечень и содержание компетенций, которыми должны овладеть выпускники, представлен в Приложении 1 к образовательной программе.

В ходе выполнения и защиты выпускной квалификационной работы обучающийся демонстрирует сформированность следующих компетенций:

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-3 Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде

УК-4 Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)

УК-6 Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни

ОПК-1 Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем

ОПК-3 Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов

ОПК-4 Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности

ПК-1 Способен ориентироваться в жанрах, форматах, технологических платформах передачи медиапродукции и способен выбирать их сообразно запросам аудитории

ПК-3 Способен создавать, обрабатывать, компоновать и осуществлять распространение (размещение) информации посредством использования соответствующих технических средств в различных средах и на различных носителях и платформах

ПК-4 Способен определять мультимедийные и интерактивные средства для достижения коммуникативных задач клиента / заказчика

ПК-5 Способен обрабатывать медиатексты с целью подготовки их к публикации и приведения в соответствие с нормами, стандартами, жанрами, форматами и стилями конкретных медиа

ПК-7 Способен участвовать в координации работы технических, управленческих, творческих подразделений организаций сферы медиа и их взаимодействий с внешней средой

№ п.п.	Содержание ВКР	Код формируемой компетенции	Код индикатора достижения компетенции	Форма контроля
1	Введение	УК-2 УК-3 УК-4	УК-2.1 УК-3.1 УК-4.1	Консультации с научным руководителем
2	Первый раздел	УК-6 ОПК-1	УК-6.1 ОПК-1.1	Консультации с научным руководителем

		ОПК-3 ОПК-4	ОПК-3.1 ОПК-4.1	
3	Второй раздел	ПК-1 ПК-3 ПК-4	ПК-1.1 ПК-3.1 ПК-4.1	Консультации с научным руководителем
4	Третий раздел	ПК-1 ПК-3 ПК-4	ПК-1.1 ПК-3.1 ПК-4.1	Консультации с научным руководителем
5	Заключение	ПК-3 ПК-4	ПК-3.1 ПК-4.1	Консультации с научным руководителем
6	Подготовленная и оформленная ВКР	ПК-5 ПК-7	ПК-5.1 ПК-7.1	Предварительная оценка в процессе проведения процедуры предзащиты ВКР (при наличии)
7	Подготовленная и оформленная ВКР	ПК-5 ПК-7	ПК-5.1 ПК-7.1	Окончательная оценка в процессе проведения процедуры защиты ВКР на заседании ГЭК

В ходе подготовки и сдачи государственного экзамена:

УК-1 Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач

УК-5 Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах

УК-7 Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности

УК-8 Способен создавать и поддерживать в повседневной жизни и в профессиональной деятельности безопасные условия жизнедеятельности для сохранения природной среды, обеспечения устойчивого развития общества, в том числе при угрозе и возникновении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов

УК-9 Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности

УК-10 Способен формировать нетерпимое отношение к проявлениям экстремизма, терроризма, коррупционному поведению и противодействовать им в профессиональной деятельности

ОПК-2 Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах

ОПК-5 Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира,

исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования

ОПК-6 Способен использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии

ОПК-7 Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности

ПК-2 Способен самостоятельно производить (с использованием соответствующих технических средств), а также обрабатывать и готовить к публичному распространению различные формы медиаконтента (фото-, видео-, аудиоматериалы)

ПК-6 Способен осуществлять интеграцию/агрегацию контента, созданного различными работниками и представителями аудитории, сообразно информационным приоритетам компании

ПК-8 Способен участвовать в проектировании информационных и программных продуктов, разработке их концепций, используя знания в области архитектуры программных продуктов, алгоритмов и принципов их создания

2.2. Оценочные материалы, шкалы и критерии оценивания ГИА.

Общие требования к выпускной квалификационной работе как оценочному средству:

Обязательной формой государственной итоговой аттестации по направлению подготовки 42.03.05 Медиакоммуникации, образовательная программа «Медиакоммуникации и продвижение в цифровой среде», является подготовка к защите и защита выпускной квалификационной работы (ВКР).

Выпускная квалификационная работа выполняется обучающимся либо группой обучающихся и представляет собой самостоятельный проект. Содержание выпускной квалификационной работы должно включать в себя информацию, демонстрирующую знания в области связи, информационных и коммуникационных технологий (в сфере продвижения продукции средств массовой информации, включая печатные издания, телевизионные и радиопрограммы, онлайн-ресурсы); в области средств массовой информации, издательства и полиграфии (в сфере мультимедийных, печатных, теле- и радиовещательных средств массовой информации).

Выпускная квалификационная работа должна представлять собой самостоятельно выполненное и законченное исследование по избранной проблеме, в котором анализируется одна из проблем в области профессиональной деятельности. ВКР должна демонстрировать уровень

подготовленности выпускника к профессиональной деятельности, умение самостоятельно разрабатывать избранную тему и формулировать соответствующие практические рекомендации. Кроме этого, работа должна соответствовать требованиям, предъявляемым к подготовке и оформлению выпускных квалификационных работ.

При выполнении ВКР обучающиеся должны показать свои способности и умения, опираясь на полученные знания и сформированные компетенции, самостоятельно решать на современном уровне задачи своей профессиональной деятельности, профессионально излагать специальную информацию, научно аргументировать и защищать собственную точку зрения.

Перечень тем ВКР представлен в Приложении 1 к РП ГИА.

Перечень вопросов открытого типа к государственному экзамену приводится в Приложении 2 к РП ГИА.

Перечень заданий комбинированного и закрытого типов для государственного экзамена представлен в Приложении 3 к РП ГИА.

2.3. Шкалы и критерии оценивания по видам государственных аттестационных испытаний.

По результатам государственной итоговой аттестации выставляются: оценка за государственный экзамен и оценка за ВКР.

Результаты государственного аттестационного испытания определяются оценками «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно». Оценки «отлично», «хорошо», «удовлетворительно» означают успешное прохождение государственного аттестационного испытания. В случае получения оценки «неудовлетворительно», обучающийся считается не прошедшим государственное аттестационное испытание.

Критерии оценивания ВКР:

Оценка результата защиты ВКР производится на закрытом заседании ГЭК. За основу принимаются следующие критерии, с учетом степени освоения компетенций, контролируемых на ГЭК:

- актуальность, теоретическая и практическая значимость работы;
- вклад автора в проведенное исследование и практические результаты работы;
- соответствие целей, задач, содержания и результатов исследования;
- объем и глубина проработки темы (количество и качество библиографических источников);
- структурированность работы, логика изложения, обоснованность и достоверность полученных результатов и сделанных выводов;
- содержательность доклада и ответов на дополнительные вопросы членов государственной экзаменационной комиссии;
- наглядность представленных результатов исследования в форме презентации;

- портфолио выпускника.

Обобщенная оценка защиты ВКР определяется с учетом отзыва научного руководителя.

Шкала оценивания и критерии оценки по результатам защиты выпускной квалификационной работы, соотнесенные с уровнем освоения компетенций:

Цифровое выражение	Словесное выражение	Критерии оценки	Уровень освоения компетенций
5	«Отлично»	<p>Полное раскрытие темы, качественное оформление работы, доклад и презентации освещают все полученные результаты исследования, правильные ответы на вопросы.</p> <p>У обучающегося сформированы уверенные знания, умения и навыки, опыт практической деятельности, включенные в соответствующую компетенцию. Он глубоко и полно освещает теоретические, методологические и практические аспекты темы, проявляет творческий подход к ее раскрытию и демонстрирует дискуссионность данной проблематики, демонстрирует свободное владение материалом, высокий уровень знакомства со специальной научной литературой. Демонстрирует самостоятельность научного исследования. Обучающийся не затрудняется с ответами при постановке проблемных вопросов, правильно</p>	<p>Выпускник в ходе подготовки и защиты ВКР продемонстрировал продвинутый уровень сформированности компетенций, предусмотренных образовательной программой</p>

		обосновывает принятые решения, владеет разносторонними навыками и приемами выполнения практических задач, предусмотренных ВКР.	
4	«Хорошо»	<p>Полное раскрытие темы, правильное оформление работы, доклад и презентация раскрывает тему исследования, отсутствие существенных неточностей в ответах на вопросы. Оценка ставится при полных, исчерпывающих, аргументированных ответах на все основные и дополнительные вопросы. Компетенции, предусмотренные настоящей программой, сформированы.</p> <p>Практические навыки профессиональной деятельности в значительной мере сформированы.</p> <p>Приемлемое умение самостоятельного решения практических задач с отдельными элементами творчества в рамках написания и защиты ВКР.</p> <p>Обучающийся твердо знает материал выпускной квалификационной работы, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, правильно применяет теоретические положения при решении практических вопросов</p>	Выпускник в ходе подготовки и защиты ВКР продемонстрировал высокий уровень сформированности компетенций, предусмотренных образовательной программой

		и задач, владеет необходимыми навыками и приемами их выполнения.	
3	«Удовлетворительно»	<p>Достаточное раскрытие темы, правильное оформление работы с незначительными нарушениями, содержание доклада и презентации раскрывают тему исследования, имеются неточности в ответах на вопросы.</p> <p>Оценка ставится, если компетенции, предусмотренные программой, сформированы не в полной мере.</p> <p>Обучающийся демонстрирует наличие минимально допустимого уровня в усвоении учебного материала и в самостоятельном решении практических задач. Практические навыки профессиональной деятельности сформированы не в полной мере.</p> <p>Обучающийся показывает знания только основного материала, но не усвоил его деталей, допускает неточности, неправильные формулировки, нарушения логической последовательности в изложении материалов ВКР, испытывает затруднения при выполнении практических задач.</p>	Выпускник в ходе подготовки и защиты ВКР продемонстрировал базовый уровень сформированности компетенций, предусмотренных ОП
2	«Неудовлетворительно»	Неполное раскрытие темы, правильное	Компетенции не сформированы

		<p>оформление работы с незначительными нарушениями, содержание доклада и презентации имеет минимальный объем, имеются значительные ошибки в ответах на вопросы.</p> <p>Оценка ставится, если компетенции, предусмотренные программой, не сформированы.</p> <p>Недостаточный уровень усвоения понятийного аппарата и наличие фрагментарных знаний по материалам ВКР, обучающийся допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями решает практические задачи или не справляется с ними самостоятельно.</p> <p>Практические навыки профессиональной деятельности не сформированы.</p>	
--	--	--	--

Шкала оценивания государственного экзамена:

Цифровое выражение	Словесное выражение	Критерии оценки	Уровень освоения компетенций
5	«Отлично»	<p>Даны полные, развернутые ответы на поставленные вопросы, показана совокупность осознанных знаний по дисциплине, доказательно раскрыты основные положения вопросов; в ответе прослеживается четкая структура, логическая последовательность.</p> <p>Знание вопросов демонстрируется на фоне понимания его в системе данной науки и междисциплинарных</p>	<p>Выпускник во время сдачи государственного экзамена продемонстрировал продвинутый уровень сформированности компетенций, предусмотренных ОП</p>

		<p>связей. Ответ изложен литературным языком с использованием современной терминологии. Могут быть допущены отдельные недочеты в определении понятий, исправленные обучающимся самостоятельно в процессе ответа. Выполнение практического задания показывает знание управленческой ситуации и умение применить правильный научный и методический подход и инструментарий для решения задачи, способность устанавливать причинно-следственные связи в изложении материала, делать выводы; в комплексе определять приоритеты профессиональной деятельности, разрабатывать и эффективно исполнять управленческие решения.</p>	
4	«Хорошо»	<p>Даны полные, развернутые ответы на поставленные вопросы, показано умение выделить существенные и несущественные признаки, причинно-следственные связи. Ответ четко структурирован, логичен, изложен литературным языком с использованием современной терминологии. Могут быть допущены 2-3 неточности или незначительные ошибки, исправленные</p>	<p>Выпускник во время сдачи государственного экзамена продемонстрировал повышенный уровень сформированности компетенций, предусмотренных ОП</p>

		<p>обучающимся с помощью экзаменатора.</p> <p>Выполнение практического задания показывает способность обучающегося определять основные приоритеты профессиональной деятельности, разрабатывать и эффективно исполнять управленческие решения.</p>	
3	«Удовлетворительно»	<p>Даны недостаточно полные и недостаточно развернутые ответы. Логика и последовательность изложения имеют нарушения. Допущены ошибки в раскрытии понятий, употреблении терминов. Обучающийся не способен самостоятельно выделить существенные и несущественные признаки и причинно-следственные связи. Речевое оформление требует поправок, коррекции.</p> <p>Выполнение практического задания показывает, что компетенции сформированы на начальном уровне, обучающийся может определять отдельные приоритеты профессиональной деятельности, разрабатывать и исполнять управленческие решения.</p>	<p>Выпускник во время сдачи государственного экзамена продемонстрировал базовый уровень сформированности компетенций, предусмотренных ОП</p>
2	«Неудовлетворительно»	<p>Оценка выставляется в одном из случаев:</p> <p>1. Ответы представляют собой разрозненные знания с существенными</p>	<p>Компетенции не сформированы</p>

		<p>ошибками по вопросам. Присутствуют фрагментарность, нелогичность изложения. Обучающийся не осознает связь обсуждаемого вопроса по билету с другими вопросами дисциплины. Отсутствуют конкретизация и доказательность изложения. Речь неграмотная, современная терминология не используется. Дополнительные и уточняющие вопросы преподавателя не приводят к коррекции ответа обучающегося. Практическое задание не выполнено. 2. Ответ на вопрос полностью отсутствует. 3. Отказ от ответа.</p>	
--	--	--	--

На основании результатов государственного экзамена и защиты выпускной квалификационной работы делается заключение об уровне освоения выпускником результатов образовательной программы и готовности к выполнению задач определенных типов профессиональной деятельности.

Примерная тематика выпускных квалификационных работ:

1. Проблема формирования и развития системы антикризисных коммуникаций в организации.
2. Тенденции и перспективы развития трансмедийных коммуникаций.
3. Социальные медиа: характеристики и проблемы развития.
4. Бизнес-реклама в современных масс-медиа: опыт коммуникативно-психологического анализа.
5. Феномен блоггерства в современном интернет-пространстве.
6. Взаимовлияние ценностных ориентаций общества и контента СМИ.
7. Особенности геймификации в современных медиа: методы и жанры
8. Дата-журналистика и визуализация данных: российский и мировой опыт.
9. Интегрированные коммуникации: принципы и технологии.
10. Интернет-мем: сущность явления и его воздействие на аудиторию.
11. Информационные войны в современных медиа.
12. Кибермоббинг в современных средствах коммуникациях
13. Кибермоббинг в социальных медиа: технологии, эффекты, способы борьбы.
14. Коммерческая и общественная модели медиа: сравнительный анализ.
15. Трансмедийные технологии и аудитория: возможности и проблемы коммуникации
16. Коммуникативные технологии в политической сфере.
17. Проблема формирования критериев эффективности в управлении коммуникацией.
18. Медиа-фрэйминг как метод анализа медиа-текстов.
19. Новость как инструмент манипуляции аудиторией.
20. Особенности освещения политических кампаний в СМИ.
21. Особенности продвижения товаров и услуг в социальных сетях.
22. Особенности работы медиа - специалистов в предвыборный период.
23. Особенности регулирования контента социальных сетей (на примере любой социальной сети).
24. Особенности партизанского маркетинга как специфической медийной услуги.
25. Политические лидеры на телевизионном экране: особенности репрезентации.
26. Политическое событие в традиционных и новых медиа (на примере конкретного события).

27. Потребительская реклама в современных масс-медиа: опыт коммуникативнопсихологического анализа.
28. Принципы и инструменты фактчекинга и верификации информации в работе современных медиа.
29. Развитие стиля «инфотейнмент» в информационных программах российского телевидения.
30. Развитии бренда телевизионной компании.
31. Направления развития медиаменеджмента (на примере организации).
32. Российские клерикальные СМИ.
33. Бренд в медиа бизнесе.
34. Сайнстейнмент как отдельное направление медийного производства.
35. Скрытая реклама в различных медиапроектах
36. Скрытые пропагандистские приёмы в информационных текстах СМИ.
37. Мифотворчество в пространстве новых медиа.
38. Социальные сети и блогосфера в политических коммуникациях и PR.
39. Специфика управления креативной деятельностью в медиа.
40. Структура регионального медиарынка России (на примере региона).

Перечень вопросов открытого типа к государственному экзамену:

1. Основные медианосители и этапы их исторического развития.
2. Современная медиасистема России.
3. Основные вехи развития книгопечатания, журналистики, телевидения, радиовещания и интернет-СМИ в России и мире.
4. Место естественного языка среди других знаковых систем. Роль языка в медиа. Вербальная и невербальная коммуникация.
5. Коммуникативная культура современного медиаспециалиста. Основные качества и требования к медиатекстам.
6. Понятие «медиатекст», подходы к его определению и категоризации. Основные категории медиатекста. Виды медиатекстов.
7. Аргументативный, информационный и экспрессивный типы дискурса. Специфика, жанры, особенности реализации в медиасфере.
8. Условия выбора языкового знака: фактор говорящего, фактор адресата, фактор ситуации, дискурсивный фактор. Коммуникативная ситуация и модель коммуникации.
9. Коммуникация как структура. Характеристика элементов коммуникационной структуры.
10. Соотношение понятий «коммуникация» и «информация». Система СМИ и СМК.
11. СМИ в информационном обществе. Основные отличия от традиционных СМИ печатной эпохи. Ключевые характеристики СМИ в Интернете.
12. Массовая информация как вид социальной информации. Свойства массовой информации. Понятие информационной гигиены.
13. Классификация и структура современного медиарынка. Проблемы медиапотребления.
14. Понятие медиакультуры, роль и функции медиакультуры. Индустрия медиа и индустрия культуры.
15. Особенности конвергентных изданий, их отличия от традиционных СМИ.
16. Социальные медиа и их роль в медиасреде. Техника и технологии создания социальных медиа.
17. Социальные сети как коммуникативный феномен. Классификации социальных сетей.
18. Понятие SMM. Виды, направления, область применения. Компетенции SMM-менеджера.

19. Основные KPI в SMM. Типы метрик и показателей эффективности SMM-кампаний.
20. Нестандартные формы организации User-generated content: теоретический и прикладной аспекты.
21. Общая и цифровая риторика. Ключевые риторические компетенции медиаспециалиста.
22. Манипуляции в медиакommunikациях: понятие, виды, приемы и техники, противодействие.
23. Медиаплатформы: основные виды и их значение в дистрибуции контента.
24. Новые формы визуальной и аудиальной подачи информации.
25. «Вирусные технологии» в медиасреде.
26. Понятие «медиапланирование»: специфика, техники и приемы, методы, особенности.
27. Современная система медиажанров. Традиционные и новые жанры. Тренды и классика.
28. Массовая коммуникация: общая характеристика. Структура, функции, основные виды массовой коммуникации. Эффективность массовой коммуникации.
29. Теории и модели массовой коммуникации (2-3 на выбор).
30. Эмпирико-функционалистский подход в теории массовых коммуникаций.
31. Критический подход в теории массовых коммуникаций.
32. Психологические и микросоциологические подходы к изучению коммуникации.
33. Социальные исследования медиа: теории медиаэкологии и информационного общества.
34. Коммуникативные теории инноваций.
35. Медиаповедение и информационная экология личности.
36. Медиаповедение и информационная картина мира молодёжной аудитории/
37. Структура и особенности медиапотребления в России
38. Этические и правовые аспекты современного медиапотребления
39. Медиабрендинг и медиабренды в России: общая характеристика
40. Технологии брендинга в сфере медиа: особенности, этапы, целевая аудитория, идентификаторы
41. Медиакритика: общая характеристика, виды медиакритики
42. Основные жанры медиакритики. Методы и методики критического анализа медиа.

43. Репортаж и интервью как информационные жанры.
44. Аналитические жанры в качественной и массовой прессе. Принципы аналитической журналистики.
45. Основы операторского искусства. Обзор программ для монтажа видео.
46. Фотодело: основные понятия и базовые принципы.
47. Специфика организации и проведения разных типов фотосъемки.
48. Специфика съемки и монтажа событийного видеоряда.
49. Специфика студийной видеосъемки.
50. Аудиоподкасты: понятие и особенности. Специфика звукового дизайна.
51. Понятие «сторителлинг»: исторический обзор концепций, содержание и структура современных историй.
52. Области применения сторителлинга в медиакommunikациях.
53. Тенденции развития современной блогосферы. Разновидности блогов и специфика современных блог-платформ.
54. Блоги: виды, функции, возможности профессионального применения.
55. Понятие и особенности современной журналистики больших данных.
56. Контент-стратегия и ее разработка. Типы контента и процессы их создания.
57. Понятие «копирайтинг». Основные направления в копирайтинге. Типологическая классификация копирайтерских текстов.
58. Создание копирайтерских текстов – особенности структуры, подходы к написанию. Оценка эффективности копирайтинга.
59. Методы и приемы анализа целевой аудитории в медиакommunikациях.
60. Современные мультимедийные технологии.

Перечень заданий комбинированного и закрытого типов для государственного экзамена

Задание 1. В 2013 году медиахолдинг IAC, владеющий популярным видеохостингом Vimeo, сайтом Match.com и другими сервисами, вынес решение об увольнении своего PR-директора Джустины Сакко. Причиной стал неосторожный твит, который Сакко отправила, заходя на самолет: «Лечу в Африку. Надеюсь, не подхвачу там СПИД. Шутка! Я же белая». Какие этические нормы нарушены в данном твите? Считаете ли вы действия, совершённые руководством медиа-холдинга, оправданными?

Задание 2. В политических кампаниях часто используются технологии, направленные на подрыв авторитета и имиджа оппонента. Среди них жесткая критика оппонента, в том числе его личностных и профессиональных качеств, публикация в Сети телефонных разговоров оппонента, выпуск якобы от лица оппонента изданий, выставляющих его в неприглядном свете. Какие из перечисленных технологий допустимы, а какие недопустимы в публичной коммуникации? Обоснуйте свой ответ.

Задание 3. Несмотря на то, что некоторые исследователи видят эволюцию PR в постепенном переходе к двусторонней симметричной модели коммуникации, на практике в некоторых сферах общественной жизнедеятельности (шоу-бизнесе, политике и др.) до сих пор актуализируются более ранние модели (модель публицити, модель информирования). Приведите примеры актуализации таких моделей. На ваш взгляд, изменятся ли принципы коммуникации в перечисленных сферах в обозримом будущем, или всё останется по-прежнему?

Задание 4. Выполните задание поэтапно.

1. Приведите 5 примеров событий, которые были бы интересны для разных целевых аудиторий. Выбор ЦА и событий аргументируйте.

2. Расположите эти 5 событий по градации от менее событийных к более событийным.

3. Возьмите одно событие и продемонстрируйте, каким образом оно отвечает критериям событийности (релевантность, непредсказуемость, консекутивность, необратимость, неповторяемость).

4. Напишите информационную заметку о выбранном событии.

Задание 5. На совещании с членами Правительства 4 марта 2020 года президент Владимир Путин заявил, что ситуация с распространением коронавируса SARS-CoV-2 в России является стабильной. Среди россиян зарегистрировано восемь случаев заражения коронавирусом. При этом «из-за границы» распространяются фейковые сообщения о массовых заражениях. Так, 2 марта в соцсетях и мессенджерах массово распространялась информация о якобы уже 20 000 заболевших россиянах. О распространении фейков говорили эксперты Group-IB, которая занимается расследованием киберпреступлений. «Цель таких вбросов понятна - посеять панику среди населения», - сказал президент. Противостоять этому, по его мнению, может только «своевременное всеобъемлющее и достоверное информирование граждан страны» (Источник - Vedomosti.ru). Поскольку опасные эпидемии, вызванные вирусами, возникают в мире регулярно (вспышка атипичной пневмонии SARS в 2002 году, вспышка свиного гриппа в 2009 году, вспышка вируса Эбола в 2014 году и т.п.), потребность в коммуникационном сопровождении борьбы с подобными эпидемиями для предотвращения паники населения действительно строит крайне остро. Предложите свою стратегию и конкретные инструменты такого коммуникационного сопровождения. Какие каналы лучше всего использовать для связи с населением? Как эффективнее всего бороться с дезинформацией? Как повысить доверие к официальным источникам информации и научить граждан отличать правду от лжи? Какие рекомендации необходимо дать спикерам органов власти при общении со СМИ? Ответы на все эти вопросы должны найти отражение в предложенной стратегии.

Задание 6. Грамотность письменной и устной речи - важнейшие составляющие общего уровня образованности населения. К сожалению, вследствие возрастания роли электронных коммуникаций (смс, мессенджеры), а также повышения доли видеоконтента в сети Интернет, многие подростки и молодые люди испытывают трудности с грамотным изложением своих мыслей. Эта проблема волнует многих политиков и общественных деятелей, поэтому периодически в России возникают проекты, направленные на её решение. Одним из самых ярких проектов подобного рода является «Тотальный диктант». Возникший в 2004 году как локальная акция Новосибирского госуниверситета, в 2019 году он объединил 1200 городов по всему миру и более 236000 человек.

Изучите рекламные и PR-инструменты продвижения «Тотального диктанта». Что ещё можно предложить организаторам для увеличения популярности и расширения аудитории проекта?

Какие ещё коммуникационные проекты Вы можете предложить для решения обозначенной выше проблемы снижения грамотности среди подростков и молодёжи? Допускаются любые креативные решения, начиная от идей социальной рекламы и заканчивая комплексными PR-кампаниями.

Задание 7. Движение parkrun, возникшее в Англии, организует бесплатные еженедельные забеги на 5 км в городских парках по всему миру. Parkrun - это единая глобальная система регистрации участников и их результатов с сохранением в электронном профиле. Любители спорта из разных стран могут принимать участие в забегах parkrun, по всему миру, единожды пройдя регистрацию, но всякий раз распечатывая свои индивидуальный код. В России забеги parkrun, начались в марте 2014 года в Северном Тушино и Коломенском (Москва), после официального визита английской делегации с Полом Синтон- Хьюиттом во главе. В 2020 г. забеги в парках стали еще более популярными в нашей стране. Благодаря спонсорам и волонтерам, движение parkrun стало своеобразным брендом с разработанной философией, позиционированием, ценностями, визуальной айдентикой и т.п.

Задания:

1. Разработайте программу лояльности для постоянных участников движения parkrun в Алтайском крае.

2. Предложите коммуникационные решения следующих проблем:

а) Потенциальные участники забегов parkrun часто отказываются от регистрации, т.к. не являются профессиональными легкоатлетами и боятся прийти к финишу последними (особенно мужская аудитория).

б) Потенциальные участники забегов parkrun женского пола испытывают массу переживаний по поводу своего внешнего вида и формы одежды (боятся выглядеть глупо или неуместно одетыми).

Задание 8. «Почта России» провела пресс-конференцию, на которой журналистам объявили, что 1 октября 2019 г. завершён масштабный процесс реорганизации. Предприятие стало акционерным обществом со стопроцентным участием государства.

«Мы рассчитываем, что изменение правовой формы позволит «Почте России» стать более конкурентоспособной и маневренной в принятии стратегических решений. Надеюсь, очень скоро эти перемены заметят и клиенты, и сотрудники компании», - сказал генеральный директор АО «Почта России» Николай Подгузов. В планах - дальнейшее расширение сервисов и повышение качества обслуживания клиентов. «Почта России» планирует развивать розничный формат своей работы - то есть в отдаленных регионах

России быть не только почтовым оператором, но и магазином. По словам Николая Подгузова, сейчас розничные уголки есть в 36 тыс. отделений. В них продаются, в частности, консервы, крупы, бытовая химия и пиво.

Генеральный директор подчеркнул, что социальная функция — одна из основных в работе почтового оператора. Поэтому компания готова сотрудничать с Минздравом и участвовать в проекте правительства по замене бумажных паспортов на электронные.

Предположим, что в ходе пресс-конференции журналисты задали следующие каверзные вопросы:

- Не кажется ли Вам, что «магазинный» формат не позволит почте создать имидж лидера российского рынка экспресс-доставки посылок и грузов? Более того, ассортимент и качество предлагаемых товаров превратит «Почту России» в современное сельпо?

- Ваше коммерческое направление «EMS Russian Post» - это плохое качество советской почты, но по новым расценкам, не соответствующим мировым стандартам качества и срокам оказания почтовых услуг. Если бы лично Вам пришлось отправить срочную бандероль, неужели Вы сами не предпочли бы услугами EMS более надежную и оперативную службу логистики?

Специалисту по связям со СМИ требуется подготовить спикера к пресс-конференции, особенно к возможным негативным, критическим замечаниям и репликам. Предложите свои варианты ответов на предложенные каверзные вопросы.

Задание 9. Прочитайте информацию, приведенную ниже, и ответьте на вопросы:

А) Какая выборка использовалась в исследовании?

Б) Какой информации не хватает, чтобы описание стало научно строгим?

В) Относится данная выборка к генеральной совокупности или к репрезентативной? Обоснуйте свой ответ.

Г) Что в данном исследовании является категорией анализа, а что единицей анализа? Какие единицы кодирования вы здесь выделите?

Д) Проанализируйте таблицу. Какая тема оказалась наиболее злободневной для посетителей сайтов?

Информация. Загидуллина М.В. рассматривает развлекательные сайты как «зеркало» общественных настроений и своеобразному мониторингу общественных настроений. Возможность коллективизации действий на таких сайтах делает видимым процесс выработки «общественного мнения» в определенных сообществах. В своем исследовании она изучает сайт Пикабы

(на русском языке, 14 млн. посещений в день, 1,2 млн. зарегистрированных пользователей). Информация сортируется согласно тегам, устанавливаемым авторами постов. При установке или выборе тега каждый пользователь видит список тегов со статистикой. Первые десять тегов определяют самые популярные теги. Было выявлено, что тематические теги «Украина», «Россия», «политика» также значатся в топе, отражая политические представления пользователей.

Таблица 1

Посты сайта pikabu.ru, отмеченные тегом «Политика» и набравшие свыше 10 тысяч «плюсов» (на 01.09.2017; темы приведены в редакции авторов постов)

№	Тема	Плюсы	Комментарии	Давность	Примечание
1.	Открытое письмо И.Кобзону от «хама»	15646	1040	46	О выступлении Кобзона на свадьбе дочери судьи Хахалевой
2.	Студенты МГУУ правительства Москвы ответили	14666	1535	184	О стремлении обеспеченных студентов уйти от платы за парковку
3.	Вот такой вот выпускной	14561	2441	72	Выступление выпускницы из Адыгеи против одноклассницы, получившей медаль «по блату»
4.	Мэр города	11694	465	136	О то, что никто не хочет избираться мэром Омска
5.	Вот это поворот =)	11302	911	452	О противоправном поведении единоросса
6.	Из инстаграмм Дмитрия Нагиева	10690	1000	353	Об удалении граффити с изображением Задова
7.	Про Ганзю	10653	670	267	О депутатах Госдумы, требующих своевременного окончания заседаний
8.	Видимо картошка уже не актуальна	10166	997	29	Призыв Лукашенко увеличить рождаемость
9.	Логично	10181	2572	159	Одиночный пикет после фильма о Медведеве
10.	Двойная зарплата депутатам!	10114	1446	54	О решении Красноярского заксобрания поднять зарплату

Задание 10. Прочитайте рекламный текст:

«Американская мебель с «русской душой» - возможно ли это? Звучит как рекламный ход. Однако история прославленного мебельного дома «Rooy Bosh» доказывает иное. Именитая американская мягкая мебель имеет основателями у своих истоков выходцев из имперской России. Как говорится,

с тех пор немало воды утекло, но давняя русская традиция делать все «с душой» и «на века» осталась неизменной спустя десятилетия.

Итак, единение русского представления о комфорте и качестве с американским стилем жизни придало изделиям фабрики мягкой мебели «Roy Bosh» свой неповторимый узнаваемый характер исполнения. Здесь талантливо слились воедино «заокеанское легкомыслие» форм и «русская добротность»: синтез разных культурных традиций и общей вдумчивой философии. Подтверждение тому – десятилетия успешной работы бренда «Roy Bosh»: во все времена, несмотря ни на что, вопреки кризисам и растущей конкуренции...

На сегодняшний день бренд «Roy Bosh» - это фирменная мебель от производителя с более чем 30 мебельными салонами по всей России. Его фабрика мягкой мебели практически эталонна – здесь неуклонно исповедуется принцип четкого и бескомпромиссного отношения к мебельному производству. Это выражается в следующем:

- практичности и долговечности абсолютно всех изделий
- добротной обработке материала
- наличию ручной работы в производимых образцах мебели. Здесь ничего не поставлено на поток. В приоритете – качество и филигранная обработка деталей.
- соблюдении принципов комфорта и функционализма произведенной продукции
- сильных дизайнерских решениях и наличии своей концептуальной философии дизайна
- умении небезосновательно нравиться потребителю: выразительность материалов, помноженная на лаконичность форм, давно и прочно завоевала признание покупателя
- добротность и еще раз добротность – какой бы предмет мебели в американском стиле ни поселился в вашем доме, марка «Roy Bosh» никогда не заставит вас усомниться в своем качестве.

Американская мягкая мебель «Roy Bosh» – для тех, кто ценит остроумие и светскость в людях и вещах. Подчеркните статус своего интерьера с мебелью от производителя «Roy Bosh»...и почувствуйте в ней «русскую душу». «Roy Bosh»: когда форма воплотила суть»

Выполните рерайтинг текста. Придумайте для него заголовок. Какие элементы текста были наиболее сложны для переработки? Каким образом Вы решили данную проблему?