

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ, ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ И ИННОВАЦИЙ
КЫРГЫЗСКОЙ РЕСПУБЛИКИ

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

МЕЖГОСУДАРСТВЕННАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
КЫРГЫЗСКО-РОССИЙСКИЙ СЛАВЯНСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИМЕНИ ПЕРВОГО ПРЕЗИДЕНТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ Б.Н. ЕЛЬЦИНА

Кафедра «Реклама и связи с общественностью»



УТВЕРЖДАЮ

Проректор по образовательной
деятельности

М. Г. Юрченко

М. Г. Юрченко 2025 г.

ПРОГРАММА

государственной итоговой аттестации (ГИА)

выпускников по направлению подготовки

Направление (42.03.01; 530700) «Реклама и связи с общественностью»

Профиль «Реклама и связи с общественностью»

Уровень высшего образования Бакалавриат

Форма обучения Очная

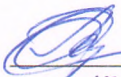
Рассмотрена, одобрена и утверждена
на заседании Ученого Совета КРСУ
им. Б.Н. Ельцина
протокол № 3 от 28 октября 2025 г.

Бишкек 2025

Программа ГИА разработана, обсуждена и
одобрена на заседании кафедры
«Реклама и связи с общественностью»

Заведующий кафедрой
«Реклама и связи с общественностью»

Протокол № 2 от
от «17» октября 2025 г.

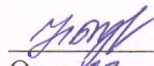
 Джунушалиева Г.Д.
от «17» октября 2025 г.

СОГЛАСОВАНО

Программа ГИА рассмотрена, одобрена
и рекомендована к использованию
Ученым советом
гуманитарного
факультета

Председатель Ученого совета
Гуманитарного факультета

Протокол № 2
от «23» октября 2025 г.

 Н. А. Баудинова
От «23» октября 2025 г.

Оглавление

1. Общие положения	4
2. Характеристика выпускника	4
3. Результаты освоения образовательной программы	6
4. Объем, структура и содержание государственной итоговой аттестации	7
5. Фонд оценочных средств для проведения ГИА	8
6. Междисциплинарная итоговая государственная аттестация по национально- региональному компоненту	22
7. Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена	23
8. Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы	32
9. Образовательные, научно-исследовательские и научно-производственные технологии, используемые при подготовке к ГИА	43
10. Материально-техническое обеспечение ГИА	43
11. Сведения о внесённых изменениях на текущий учебный год	43

1. Общие положения

1.1. Цель государственной итоговой аттестации

Целью государственной итоговой аттестации является установление уровня подготовки выпускника к выполнению профессиональных задач и соответствия его подготовки требованиям федерального государственного образовательного стандарта высшего образования (ФГОС ВО), утвержденного приказом Минобрнауки России от «08» июня 2017 № 512, государственного образовательного стандарта высшего профессионального образования Кыргызской Республики, утвержденного приказом МОиН КР от «21» сентября 2021 № 1578/1, и основной образовательной программы высшего образования (ООП ВО), разработанной в КРСУ.

1.2. Состав государственной итоговой аттестации

Государственная итоговая аттестация по направлению подготовки 42.03.01, 530700 «Рекламы и связей с общественностью» (бакалавриат) включает:

- а) Междисциплинарную государственную итоговую аттестацию по национально-региональному компоненту
- б) Подготовку к сдаче и сдачу государственного экзамена
- в) Подготовку к процедуре защиты и защиту выпускной квалификационной работы

1.3. Нормативная база итоговой аттестации

1.3.1. Итоговая аттестация осуществляется в соответствии с нормативным документом университета «Порядком проведения государственной итоговой аттестации по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета и программам магистратуры Кыргызско-Российского Славянского университета» (далее - Порядок). В указанном документе определены и регламентированы:

- общие положения по итоговой аттестации;
- правила и порядок организации и процедура проведения итоговой аттестации;
- обязанности и ответственность руководителя выпускной квалификационной работы;
- результаты государственной итоговой аттестации;
- порядок апелляции государственной итоговой аттестации;
- документация по государственной итоговой аттестации.

1.3.2 Оформление выпускной квалификационной работы осуществляется в соответствии с утвержденными методическими указаниями по подготовке, написанию, оформлению и защите выпускной квалификационной работы.

2. Характеристика выпускника

2.1. Область профессиональной деятельности выпускников включает:

- коммуникационные процессы в межличностной, социальной, политической, экономической, культурной, образовательной и научной сферах;
- техники и технологии массовых, деловых и персональных коммуникаций;
- технологии и техники пропаганды конкурентных свойств товаров, услуг, коммерческих компаний, некоммерческих и общественных организаций, государственных органов и учреждений, их позиционирование в рыночной среде;
- общественное мнение.

2.2. Объектами профессиональной деятельности выпускников являются:

- федеральные органы государственной власти, органы государственной власти субъектов Российской Федерации и государственные структуры Кыргызской Республики, органы самоуправления;
- негосударственные, общественные и коммерческие организации, средства массовой информации;

- научные организации и организации, осуществляющие образовательную деятельность;
- производственные и сервисные предприятия.

2.3. Типы задач профессиональной деятельности

Основной профессиональной образовательной программой по направлению подготовки 42.03.01, 530700 «Рекламы и связей с общественностью» предусматривается подготовка выпускников к следующему виду профессиональной деятельности:

- проектный;
- организационный.

Программа бакалавриата направления подготовки 42.03.01, 530700 «Реклама и связи с общественностью» КРСУ сформирована, исходя из ориентации на практикоориентированный, прикладной вид профессиональной деятельности (далее - программа прикладного бакалавриата).

2.4. Задачи профессиональной деятельности

Предприятия, учреждения и организации, которым требуются выпускники по направлению подготовки реклама и связи с общественностью - это действующие рекламные и PR-агентства, ТВ каналы, продюсерские студии, частные предприятиях и государственные структуры, которые в своей деятельности предусматривают решение различных задач по рекламе и продвижению товаров или услуг, осуществление PR-деятельности. Отделы рекламы и PR могут быть частью многих организаций, как частных фирм, так и государственных структур. Объединяет их всех одно - необходимость осуществлять рекламную и PR- деятельность, либо как основное направление работы, либо как части мероприятий по производству и сбыту продукции.

Выпускник, освоивший программу *бакалавриата* в соответствии с видом профессиональной деятельности, на который ориентирована программа *бакалавриата*, должен быть готов решать следующие профессиональные задачи (ПЗ), представленные в таблице 1.

Таблица 1. Задачи профессиональной деятельности

Кодовое обозначение	Содержание задач профессиональной деятельности
<i>Вид деятельности</i>	Рекламно-информационная
ПЗ-1	разработка рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы.
ПЗ-2	подготовка к выпуску рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы.
ПЗ-3	производство и распространение рекламной продукции, рекламной продукции включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств ре-

3. Результаты освоения образовательной программы

В результате освоения образовательной программы у выпускника должны быть сформированы компетенции:

Выпускник, освоивший программу прикладного бакалавриата, должен обладать следующими **общекультурными компетенциями (ОК):**

- ОК-1: способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач;

- УК-2: способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их 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 и иностранном языке;
- УК-5: способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах;
- УК-6: способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни;
- УК-7: способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности;
- 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 деятельности;
- УК-10: способен формировать нетерпимое отношение к коррупционному поведению.

Выпускник, освоивший программу прикладного бакалавриата, должен обладать следующими **общефессиональными компетенциями (ОПК)**:

- 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-2: способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах;
- 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;
- 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 понимать принципы работы информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности;
- ОПК-7: способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности.

Профессиональные компетенции (ПК) выпускников:

- ПК-1: способен применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций;
- ПК-2: способен участвовать в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью;
- ПК-3: способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий;
- ПК-4: способен участвовать в организации процесса создания коммуникационного продукта.

4. Объем, структура и содержание государственной итоговой аттестации

Общая трудоемкость государственной итоговой аттестации составляет 6 зачетных единиц, 216 академических часа.

Распределение объема ГИА представлено в таблице 2.

Таблица 2. Объем государственной итоговой аттестации по составу

Элемент ГИА	Содержание контролируемых результатов	Форма проведения	Трудоемкость (в часах)
Междисциплинарная государственная итоговая аттестация по национально-региональному компоненту			
Тест по проверке сформированности ОК	УК-3; УК-4; УК-5; УК-6	Компьютерное тестирование	36
Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена			
Вопросы и практические задания государственного междисциплинарного экзамена	УК-1; УК-2; УК-3; УК-4; УК-5; УК-6; УК-7; УК-8; УК-9; УК-10; ОПК-1; ОПК-2; ОПК-3; ОПК-4; ОПК-5; ОПК-6; ОПК-7; ПК-1; ПК-2; ПК-3; ПК-4	Подготовка ответа на теоретические вопросы, выполнение практического задания	36
Подготовка к защите и защита выпускной квалификационной работы			
Выпускная квалификационная работа	УК-1; УК-2; УК-3; УК-4; УК-5; УК-6; УК-7; УК-8; УК-9; УК-10; ОПК-1; ОПК-2; ОПК-3; ОПК-4; ОПК-5; ОПК-6; ОПК-7; ПК-1; ПК-2; ПК-3; ПК-4	Защита выпускной квалификационной работы	144
Итого			216

5. Фонд оценочных средств для проведения ГИА

Таблица 3 - Паспорт фонда оценочных средств

Контролируемые компетенции (шифр компетенции)	Планируемые результаты обучения (знает, умеет, владеет/имеет навык)	Оценочные средства
<p>УК-1. Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - методики поиска, сбора и обработки информации; - актуальные российские и зарубежные источники информации в сфере профессиональной деятельности; - метод системного анализа. 	<ul style="list-style-type: none"> - государственный экзамен; - ВКР; - доклад студента; - отзыв
	<p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - применять методики поиска, сбора и обработки информации; - осуществлять критический анализ и синтез информации, полученной из разных источников; - применять системный подход для решения поставленных задач. 	<ul style="list-style-type: none"> - государственный экзамен; - ВКР; - доклад студента; - отзыв
	<p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - методами поиска, сбора и обработки, критического анализа и синтеза информации; - методикой системного подхода для решения поставленных задач. 	<ul style="list-style-type: none"> - государственный экзамен; - ВКР; - доклад студента; - отзыв
<p>УК-2. Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - виды ресурсов и ограничений для решения профессиональных задач; - основные методы оценки разных способов решения задач; - действующее законодательство и правовые нормы, регулирующие профессиональную деятельность. 	<ul style="list-style-type: none"> - государственный экзамен; - ВКР; - доклад студента; - отзыв
	<p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - проводить анализ поставленной цели и формулировать задачи, которые необходимо решить для ее достижения; - анализировать альтернативные варианты для достижения намеченных результатов; 	<ul style="list-style-type: none"> - государственный экзамен; - ВКР; - доклад студента; - отзыв

	<ul style="list-style-type: none"> - использовать нормативно-правовую документацию в сфере профессиональной деятельности. 	
	<p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - методиками разработки цели и задач проекта; - методами оценки потребности в ресурсах, продолжительности и стоимости проекта; - навыками работы с нормативно-правовой документацией. 	<ul style="list-style-type: none"> - государственный экзамен; - ВКР; - доклад студента; - отзыв
<p>УК-3. Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основные приемы и нормы социального взаимодействия; - основные понятия и методы конфликтологии, технологии межличностной и групповой коммуникации в деловом взаимодействии. 	<ul style="list-style-type: none"> - МИГА; - государственный экзамен; - ВКР; - доклад студента; - отзыв
	<p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - устанавливать и поддерживать контакты, обеспечивающие успешную работу в коллективе; - применять основные методы и нормы социального взаимодействия для реализации своей роли и взаимодействия внутри команды. 	<ul style="list-style-type: none"> - МИГА; - государственный экзамен; - ВКР; - доклад студента; - отзыв
	<p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - простейшими методами и приемами социального взаимодействия и работы в команде. 	<ul style="list-style-type: none"> - МИГА; - государственный экзамен; - ВКР; - доклад студента; - отзыв
<p>УК-4. Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке и</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - принципы построения устного и письменного высказывания на государственном иностранном языке; - правила и закономерности деловой устной и письменной коммуникации. 	<ul style="list-style-type: none"> - МИГА; - государственный экзамен; - ВКР; - доклад студента; - отзыв

иностранном(ых) языке(ах)	<p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - применять на практике деловую коммуникацию в устной и письменной формах, методы и навыки делового общения на кыргызском, русском и иностранном языках. 	<ul style="list-style-type: none"> - МИГА; - государственный экзамен; - ВКР; - доклад студента; - отзыв
	<p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками чтения и перевода текстов на иностранном языке в профессиональном общении; - навыками деловых коммуникаций в устной и письменной форме на кыргызском, русском и иностранном языках; - методикой составления суждения в межличностном деловом общении на кыргызском, русском и иностранном языках. 	<ul style="list-style-type: none"> - МИГА; - государственный экзамен; - ВКР; - доклад студента; - отзыв
УК-5. Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - закономерности и особенности социально-исторического развития различных культур в этическом и философском контексте. 	<ul style="list-style-type: none"> - МИГА; - государственный экзамен; - ВКР; - доклад студента; - отзыв
	<p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - понимать и воспринимать разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах. 	<ul style="list-style-type: none"> - МИГА; - государственный экзамен; - ВКР; - доклад студента; - отзыв
	<p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - простейшими методами адекватного восприятия межкультурного разнообразия общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах; - навыками общения в мире культурного многообразия с использованием этических норм поведения. 	<ul style="list-style-type: none"> - МИГА; - государственный экзамен; - ВКР; - доклад студента; - отзыв
УК-6.	<p>Знать:</p>	<ul style="list-style-type: none"> - МИГА;

Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни	<ul style="list-style-type: none"> • основные приемы эффективного управления собственным временем; • основные методики самоконтроля, саморазвития и самообразования на протяжении всей жизни. 	<ul style="list-style-type: none"> - государственный экзамен; - ВКР; - доклад студента; - отзыв
	<p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - эффективно планировать и контролировать собственное время; - использовать методы саморегуляции, саморазвития и самообучения. 	<ul style="list-style-type: none"> - государственный экзамен; - ВКР; - доклад студента; - отзыв
	<p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - методами управления собственным временем; - технологиями приобретения, использования и обновления социокультурных и профессиональных знаний, умений и навыков; - методиками саморазвития и самообразования в течение всей жизни. 	<ul style="list-style-type: none"> - государственный экзамен; - ВКР; - доклад студента; - отзыв
УК-7. Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - виды физических упражнений; - роль и значение физической культуры в жизни человека и общества; - научно-практические основы физической культуры, профилактики вредных привычек и здорового образа и стиля жизни. 	<ul style="list-style-type: none"> - государственный экзамен; - ВКР; - доклад студента; - отзыв
	<p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - применять на практике разнообразные средства физической культуры, спорта и туризма для сохранения и укрепления здоровья и психофизической подготовки; - использовать средства и методы физического воспитания для профессионально-личностного развития, физического самосовершенствования, формирования здорового образа и стиля жизни. 	<ul style="list-style-type: none"> - государственный экзамен; - ВКР; - доклад студента; - отзыв
	<p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - средствами и методами укрепления индивидуального здоровья для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности. 	<ul style="list-style-type: none"> - государственный экзамен; - ВКР; - доклад студента;

		- отзыв
<p>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</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - классификацию и источники - чрезвычайных ситуаций природного и техногенного происхождения; - причины, признаки и последствия опасностей, способы защиты от чрезвычайных ситуаций; - принципы организации безопасности труда на предприятии, технические средства защиты людей в условиях чрезвычайной ситуации. 	<ul style="list-style-type: none"> - государственный экзамен; - ВКР; - доклад студента; - отзыв
	<p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - поддерживать безопасные условия жизнедеятельности; - выявлять признаки, причины и условия возникновения чрезвычайных ситуаций; - оценивать вероятность возникновения потенциальной опасности и принимать меры по ее предупреждению; 	<ul style="list-style-type: none"> - государственный экзамен; - ВКР; - доклад студента; - отзыв
	<p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - методами прогнозирования возникновения опасных или чрезвычайных ситуаций; - навыками по применению основных методов защиты в условиях чрезвычайных ситуаций. 	<ul style="list-style-type: none"> - государственный экзамен; - ВКР; - доклад студента; - отзыв
<p>УК-9. Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях деятельности</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - базовые принципы функционирования экономики и экономического развития, цели и формы участия государства в экономике. 	<ul style="list-style-type: none"> - государственный экзамен; - ВКР; - доклад студента; - отзыв
	<p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - применять методы личного экономического и финансового планирования для достижения текущих и долгосрочных финансовых целей. 	<ul style="list-style-type: none"> - государственный экзамен; - ВКР; - доклад студента; - отзыв

	<p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками использования финансовых инструментов для управления личными финансами (личным бюджетом) и контроля собственных экономических финансовых рисков. 	<ul style="list-style-type: none"> - государственный экзамен; - ВКР; - доклад студента; - отзыв
<p>УК-10. Способен формировать нетерпимое отношение к коррупционному поведению</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - знает понятия и признаки коррупции, причины возникновения и распространения коррупции в обществе; - основные нормативно-правовые акты и международные конвенции в сфере противодействия коррупции; - государственные органы и общественные организации, занимающиеся предупреждением и борьбой с коррупцией. 	<ul style="list-style-type: none"> - государственный экзамен; - ВКР; - доклад студента; - отзыв
	<p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - определять факторы, приводящие к коррупции; - занимает активную гражданскую позицию по отношению к проявлениям коррупции. 	<ul style="list-style-type: none"> - государственный экзамен; - ВКР; - доклад студента; - отзыв
	<p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - формирование антикоррупционного сознания и антикоррупционной культуры, прочных нравственных основ личности, гражданской позиции и устойчивых навыков антикоррупционного поведения; - проявляет нетерпимое к коррупционному проявлению и уважительное отношение к праву и закону. 	<ul style="list-style-type: none"> - государственный экзамен; - ВКР; - доклад студента; - отзыв
<p>ОПК-1. Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основные функции, задачи и современные возможности медиатекстов, медиапродуктов и коммуникационных продуктов в рекламе и СсО; - сущность, разновидности, значение медиатекстов, медиапродуктов и коммуникационных продуктов в соответствии с нормами языка и знаковых систем; - методы оценки эффективности создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов в соответствии с нормами языка и знаковых систем. 	<ul style="list-style-type: none"> - государственный экзамен; - ВКР; - доклад студента; - отзыв

иностранного языка, особенностями иных знаковых систем	<p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - обосновывать потребность общества в медиатекстах, медиапродуктах и коммуникационных продуктах; - выделять наиболее эффективные медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами языка и знаковых систем; - ставить и решать конкретные задачи, в создании медиа-текстов (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов в соответствии с нормами языка и знаковых систем. 	<ul style="list-style-type: none"> - государственный экзамен; - ВКР; - доклад студента; - отзыв
	<p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - подходами к разработке концепции рекламных медиатекстов, медиапродуктов и коммуникационных продуктов; - технологиями создания медиатекстов и (или) медиа-продуктов, и (или) коммуникационных продуктов в соответствии с нормами языка и знаковых систем; - навыками создания востребованных обществом и индустрией конкретные медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами языка и знаковых систем 	<ul style="list-style-type: none"> - государственный экзамен; - ВКР; - доклад студента; - отзыв
ОПК- 2. Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - функциональное назначение общественных и государственных институтов; - действующие механизмы функционирования общественных и государственных институтов; - коммуникационные каналы информации общественных и государственных институтов. 	<ul style="list-style-type: none"> - государственный экзамен; - ВКР; - доклад студента; - отзыв
	<p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - систематизировать информацию об общественных и государственных институтах по назначению в создаваемых медиа-текстах, медиапродуктах и коммуникационных продуктах; - ясно и четко распределять информацию по функционированию общественных и государственных институтов в создаваемых медиатекстах, медиапродуктах и коммуникационных продуктах; 	<ul style="list-style-type: none"> - государственный экзамен; - ВКР; - доклад студента; - отзыв

	<ul style="list-style-type: none"> - выстраивать коммуникационную площадку для взаимодействия с общественными и государственными институтами при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов. 	
	<p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками сбора материала по общественным и государственным институтам; - навыками определять тенденции совершенствования механизмов функционирования общественных и государственных институтов в условиях ИКТ; - способностью учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов. 	<ul style="list-style-type: none"> - государственный экзамен; - ВКР; - доклад студента; - отзыв
<p>ОПК-3. Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - понятия медиатекст, медиапродукт, коммуникационный продукт в контексте их культурной специфики; - основные принципы создания медиатекстов, медиапродуктов и коммуникационных продуктов; - многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов, медиапродуктов и коммуникационных продуктов. 	<ul style="list-style-type: none"> - государственный экзамен; - ВКР; - доклад студента; - отзыв
	<p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - различать медиатексты, медиапродукты, коммуникационные продукты и выделять их культурную специфику; - Различать творческие приемы в медиатекстах, медиапродуктах и коммуникационных продуктах; - применять достижения отечественной и мировой культуры в процессе создания медиа-текстов, и (или) медиапродуктов и (или) коммуникационных продуктов в сфере PR и рекламы. 	<ul style="list-style-type: none"> - государственный экзамен; - ВКР; - доклад студента; - отзыв
	<p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками выделять культурный компонент в медиатекстах, медиапродуктах и коммуникационных продуктах; 	<ul style="list-style-type: none"> - государственный экзамен; - ВКР;

	<ul style="list-style-type: none"> - навыками использования культурного компонента в процессе создания эффективных медиатекстов, медиа-продуктов и коммуникационных продуктов; - использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания для создания медиатекстов, и (или) медиапродуктов и (или) коммуникационных продуктов в сфере PR и рекламы. 	<ul style="list-style-type: none"> - доклад студента; - отзыв
<p>ОПК-4. Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - виды запросы и потребности общества в рекламной деятельности; - закономерности развития общества на изменение запросов и потребностей в областях рекламы; - критерии оценки запросов и потребностей общества и аудитории в рекламной деятельности, выполнять виды работы, проводимые в отделах рекламы для реализации конкретных профессиональных задач. 	<ul style="list-style-type: none"> - государственный экзамен; - ВКР; - доклад студента; - отзыв
	<p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - характеризовать специфические черты запросов и потребностей аудитории в рекламной деятельности; - определять потенциал инновационных технологий в сфере запросов и потребностях общества; - мониторить процесс изменения запросов и потребностей общества. 	<ul style="list-style-type: none"> - государственный экзамен; - ВКР; - доклад студента; - отзыв
	<p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками сегментирования аудитории по запросам и потребностям; - способностью оценивания инноваций в определении запросов и потребностях общества; - способностью ставить и решать конкретные задачи. 	<ul style="list-style-type: none"> - государственный экзамен; - ВКР; - доклад студента; - отзыв
<p>ОПК-5. Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования; - основные принципы сбора, систематизации и анализа материала по выявлению тенденций развития медиакоммуникационных систем 	<ul style="list-style-type: none"> - государственный экзамен; - ВКР; - доклад студента; - отзыв

мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	<p>страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования;</p> <ul style="list-style-type: none"> - основные технологии в развитии медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования. 	
	<p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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; - собирать и классифицировать материал по выявлению тенденций развития медиакоммуникационных систем страны и мира, исходя из полит. и эконом. механизмов функционирования, правовых и этических норм регулирования; - выполнять виды работы, направленные на развитие медиакоммуникационных систем региона, страны и мира. 	<ul style="list-style-type: none"> - государственный экзамен; - ВКР; - доклад студента; - отзыв
	<p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - знаниями о медиакоммуникационных системах региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования; - приемами учета тенденций развития медиа-коммуникационных систем региона, страны и мира; навыками сбора, систематизации и анализа материала по правовым и этическим нормам регулирования; - способностью решать сложные задачи в определении основных направлений развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования. 	<ul style="list-style-type: none"> - государственный экзамен; - ВКР; - доклад студента; - отзыв
ОПК-6. Способен понимать принципы работы современных информационных	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> • основные виды технических средств (программное обеспечение) и информационно-коммуникационных технологий (диджитал-технологии); 	<ul style="list-style-type: none"> - государственный экзамен; - ВКР; - доклад студента; - отзыв

технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности	<ul style="list-style-type: none"> • способы применения информационно-коммуникационных технологий в профессиональной деятельности; • теоретические и практические основы применения технических средств и информационно коммуникационных технологий в профессиональной деятельности. 	
	<p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - различать категории технических средств и информационно-коммуникационных технологий; - осуществлять отбор инструментов и технических средств для аналитической работы в профессиональной сфере; - подбирать технические средства и информационно-коммуникационные технологии для реализации конкретных профессиональных задач. 	<ul style="list-style-type: none"> - государственный экзамен; - ВКР; - доклад студента; - отзыв
	<p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками выбора технических средств и ин-формационно-коммуникационных технологий в профессиональной деятельности; - навыками анализа профессиональной информации с помощью ин-формационно-коммуникационных технологий; - способностью применить информационно-коммуникационных технологий к конкретным видам работ. 	<ul style="list-style-type: none"> - государственный экзамен; - ВКР; - доклад студента; - отзыв
ОПК-7. Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - особенности последствий своей профессиональной деятельности и способы их предотвращения; - основные принципы сбора, систематизации и анализа материала по предотвращению эффектов и предвидению последствий своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности; - основные приемы определения и учета эффектов и навыки ликвидации последствий своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности. 	<ul style="list-style-type: none"> - государственный экзамен; - ВКР; - доклад студента; - отзыв
	<p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности; 	<ul style="list-style-type: none"> - государственный экзамен; - ВКР;

	<ul style="list-style-type: none"> - анализировать материал по предотвращению и предвидению эффектов, собирать и классифицировать материал по своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности; - определять и учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности. 	<ul style="list-style-type: none"> - доклад студента; - отзыв
	<p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - знаниями в области профессии и последствиями эффектов, которые могут произойти в ходе своей профессиональной деятельности; - приемами предотвращения эффектов и предвидения последствий своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности - способностью разрабатывать стратегические концепции и программы инновационной деятельности в определении и учёте эффектов и последствий своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности. 	<ul style="list-style-type: none"> - государственный экзамен; - ВКР; - доклад студента; - отзыв
<p>ПК-1. Способен применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основные виды технических средств, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций; - способы применения технических средств и приемов и методов онлайн и офлайн коммуникации для принятия технологических решений в профессиональной деятельности; - теоретические и практические способы применения технических средств и информационно-коммуникационных технологий в профессиональной деятельности. 	<ul style="list-style-type: none"> - государственный экзамен; - ВКР; - доклад студента; - отзыв
	<p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - различать разновидности технических средств и приемов и методов онлайн и офлайн коммуникаций; - осуществлять отбор инструментов и технических средств для работы в онлайн и офлайн коммуникации в профессиональной сфере; 	<ul style="list-style-type: none"> - государственный экзамен; - ВКР; - доклад студента; - отзыв

	<ul style="list-style-type: none"> - подбирать технические средства и применять основные технологические решения для реализации конкретных профессиональных задач. 	
	<p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками выбора технических средств и приемов и методов онлайн и офлайн коммуникации; - навыками применения профессиональной информации с помощью технических средств и онлайн, и офлайн коммуникации; <p>способен применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций</p>	<ul style="list-style-type: none"> - государственный экзамен; - ВКР; - доклад студента; - отзыв
<p>ПК-2. Способен участвовать в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основные этапы и направления в разработке проекта в сфере рекламы и связей с общественностью; - каналы реализации проектного продукта в сфере рекламы и связей с общественностью; - основные проблемы разработки индивидуального и коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью. 	<ul style="list-style-type: none"> - государственный экзамен; - ВКР; - доклад студента; - отзыв
	<p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - самостоятельно разрабатывать отдельные виды работ в проекте рекламы и связей с общественностью; - организовать условия реализации проектного продукта в сфере рекламы и связей с общественностью; - предлагать свои решения в разработке индивидуального и коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью. 	<ul style="list-style-type: none"> - государственный экзамен; - ВКР; - доклад студента; - отзыв
	<p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками в организации разработки отдельных видов работ в проекте рекламы и связей с общественностью; - навыками проверки и реализации индивидуального и коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью; 	<ul style="list-style-type: none"> - государственный экзамен; - ВКР; - доклад студента; - отзыв

	<ul style="list-style-type: none"> - навыками участия в разработке и реализации индивидуального и коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью. 	
<p>ПК-3. Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основные черты и особенности коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий; - основные принципы подготовки и реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий; - основные способы реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий. 	<ul style="list-style-type: none"> - государственный экзамен; - ВКР; - доклад студента; - отзыв
	<p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - учитывать специфику коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий; - анализировать умения по содействию в подготовке и реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий; - определять и учитывать способы реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий. 	<ul style="list-style-type: none"> - государственный экзамен; - ВКР; - доклад студента; - отзыв
	<p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - способностью отличать специфические черты коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий; - навыками подготовки и реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий; - способностью разрабатывать стратегические концепции и участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий 	<ul style="list-style-type: none"> - государственный экзамен; - ВКР; - доклад студента; - отзыв
<p>ПК-4. Способен участвовать в организации процесса создания</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - особенности организации процесса создания коммуникационного продукта; - основные принципы сбора, систематизации и анализа материала по организации процесса создания коммуникационного продукта; 	<ul style="list-style-type: none"> - государственный экзамен; - ВКР; - доклад студента; - отзыв

коммуникационного продукта	- основные приемы и навыки в организации процесса создания коммуникационного продукта.	
	<p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - организовать процесс создания коммуникационного продукта; - анализировать материал по организации процесса создания коммуникационного продукта; - определять и использовать эффективные методы и приемы программы в организации процесса создания коммуникационного продукта. 	<ul style="list-style-type: none"> - государственный экзамен; - ВКР; - доклад студента; - отзыв
	<p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - знаниями в области организации процесса создания коммуникационного продукта; - навыками организации процесса создания коммуникационного продукта; - способность предлагать конструктивные решения в создании коммуникационного продукта. 	<ul style="list-style-type: none"> - государственный экзамен; - ВКР; - доклад студента; - отзыв

6. Программа Междисциплинарной государственной итоговой аттестации по национально-региональному компоненту и рекомендации обучающимся по подготовке к нему

6.1 Тест по проверке сформированности универсальных компетенций

Элементом государственного экзамена является тест по проверке сформированности универсальных компетенций. Проверка универсальных компетенций проводится в форме тестирования. Тест содержит 30 вопросов. На выполнение теста отводится не более 50 минут.

Максимальное количество баллов – 30. За каждый верный ответ обучающийся получает 1 балл, за неверный – 0 баллов.

6.2 Форма проведения государственного экзамена

Компьютерное тестирование.

6.3 Перечень контрольных заданий или иных материалов, выносимых для проверки на МИГА

Дисциплина «История Кыргызстана»:

1. Кыргызы и Кыргызстан в древности и раннем средневековье.
2. Кыргызы и Кыргызстан в X-XVIII вв.
3. Кыргызстан в составе Российской империи и СССР.
4. Суверенная Кыргызская Республика.

Дисциплина «География Кыргызстана»:

1. Физическая география Кыргызской Республики.
2. Экономическая и социальная география Кыргызской Республики.

Дисциплина «Кыргызский язык и литература»:

1. Общение в личной и бытовой сферах.
2. Общение в социальной сфере.
3. Общие сведения о Кыргызстане.
4. Культурно-исторические особенности Кыргызстана.
5. Предмет и история становления специальности.
6. Основные понятия и выдающиеся деятели в избранной специальности.
7. Деловые бумаги в профессиональной деятельности.
8. Основные этапы развития кыргызской литературы.

6.4 Рекомендации обучающимся по подготовке к МИГА

При подготовке к экзамену по дисциплине «История Кыргызстана» особое внимание следует обратить на следующие моменты:

Необходимо изучить фактический материал дисциплины по темам, заучивая даты и выделяя роль исторических личностей в событиях эпохи.

Полезно составить схематический план развития исторического процесса с выделением переломных моментов.

Выделить следующие проблемы: саки и их борьба с завоевателями, государство усунь, первое упоминание этнонима кыргыз, древние тюрки, великодержавие кыргызов, Караханидский каганат, государство Хайду, этногенез кыргызского народа, Джунгарское ханство, Кокандское ханство, присоединение Кыргызстана к России, восстание 1916 г., советский период, суверенный Кыргызстан.

При подготовке к экзамену по дисциплине «География Кыргызстана» особое внимание следует обратить на следующие моменты: необходимо изучить материал дисциплины по темам. Обращать внимание на категории, формулировки, раскрывающие содержание тех или иных явлений и процессов, научные выводы и практические рекомендации по их применению.

Выделить такие проблемы как, влияние хозяйственной деятельности людей на природу, специфика географического положения и административно-территориального устройства Кыргызстана.

При подготовке к государственному экзамену обучающимся необходимо изучить основную литературу, ознакомиться с дополнительной литературой, новыми публикациями в периодических изданиях: журналах, газетах и т.д.

[Программа Междисциплинарной государственной итоговой аттестации по национально-региональному компоненту MIGA-2024_29.10.2024.pdf](#)

7. Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена

7.1. Форма проведения государственного экзамена

Устный экзамен.

7.2. Перечень контрольных заданий или иных материалов, выносимых для проверки на ГЭ

В структуру государственного междисциплинарного экзамена входят вопросы по учебным дисциплинам, результаты освоения которых имеют определяющее значение для профессиональной деятельности выпускников.

Билеты по проверке общепрофессиональных и профессиональных компетенций состоят из 25 вопросов по каждой из следующих дисциплин «Социология рекламы», «История рекламы и PR», «Организация и проведение рекламных кампаний в сфере PR и рекламы».

Содержание экзаменационных вопросов соответствует избранным разделам из учебных программ циклов дисциплин, предусмотренных государственным стандартом (ФГОС) по направлению реклама и связи с общественностью:

- «Социология рекламы»;
- «История рекламы и PR»;
- «Организация и проведение рекламных кампаний в сфере PR и рекламы».

Ответы на вопросы по всем дисциплинам включают в себя как теорию, так и ее сопровождение практическими примерами, часто взятыми из деятельности обучающихся на практике.

Перечень вопросов и типовых практических заданий (задач) представлены таблице 4.

Таблица 4 - Перечень вопросов к государственному экзамену

№ вопроса	Содержание вопроса	Рекомендуемая литература
Социология рекламы		
<i>Раздел 1. Реклама - социальный институт</i>		
1.	Социальные функции современной рекламы	Кузьмина О.Г. Социологическое обеспечение рекламы и маркетинга. Учебное пособие. М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», издательство «Наука-Спектр», 2021. 186 с. Оришев А.Б. Социология рекламной деятельности. Учебник. М.: РИОР ИНФРА-М, 2013. 235 с. Ромат Е., Сендеров Д. Реклама: теория и практика. Учебник для вузов. 8ое изд. СПб.: Питер, 2013. 512 с.: ил.
2.	Искусство в рекламе: общие принципы и конкретное использование.	
3.	Механизмы социального влияния рекламы	
4.	Факторы, влияющие на отношение к рекламе	
<i>Раздел 2. Реклама - Общество</i>		
1.	Закон и профессиональные кодексы - основные способы регуляции рекламы.	Кузьмина О.Г. Социологическое обеспечение рекламы и маркетинга. Учебное пособие. М.: Издательско-торговая
2.	Исчезновение «экономического» человека и появление человека «потребляющего».	

3.	Закон и профессиональные кодексы - основные способы регуляции рекламы.	корпорация «Дашков и К», издательство «Наука-Спектр», 2021. 186 с. Оришев А.Б. Социология рекламной деятельности. Учебник. М.: РИОР ИНФРА-М, 2013. 235 с. Ромат Е., Сендеров Д. Реклама: теория и практика. Учебник для вузов. 8ое изд. СПб.: Питер, 2013. 512 с.: ил.	
4.	Исчезновение «экономического» человека и появление человека «потребляющего».		
5.	Новые образцы социокультурных пространств - виды потребительской активности.		
6.	Общество и реклама: способы регуляции		
7.	Реклама - механизм превращения потребления в новый специфический тип социализации.		
8.	Реклама - механизм формирования стандартизированного массового общества.		
9.	Реклама и процесс социальной идентификации личности.		
10.	Реклама, ценностные инновации и национальные ценности общества.		
11.	Рекламный образ - социокультурный образец.		
12.	Социально-технологические модули рекламного процесса - сегментирование.		
13.	Типы ценностной аргументации, используемые в рекламе.		
<i>Раздел 3. Рекламный процесс</i>			
1.	Возможности качественных исследований в рекламе		Ученова В.В. Реклама и массовая культура. Служанка или госпожа? М, Юлнити Дана, 2017. Бузни Е.Н. История связей с общественностью Вузовский учебник. М.: Инфра, 2014. Ученова В.В., Старых Н.В. История рекламы. М.: Изд. дом «Питер», 2006. Федотова Л.Н. Реклама: теория и практика. Учебник для бакалавра. М. РГГУ, 2016.
2.	Использование количественных методов для оценки коммуникативной (неэкономической) эффективности рекламы		
3.	Манипулятивная реклама		
4.	Методы оценки экономической эффективности рекламы		
5.	Организационные формы учета интересов разных социальных институтов в процессе создания социальной рекламы		
6.	Особенности политической рекламы		
7.	Отличие социальной рекламы от комплекса просветительских, агитационных способов борьбы с аномальными явлениями в социуме		
8.	Приемы тестирования, применяемые для оценки эффективности рекламы		
9.	Усиление роли политической деятельности в современном обществе		
История рекламы и PR			
<i>Раздел 1. Возникновение рекламы</i>			
1.	История возникновения и развития проторекламы		

2.	Протореклама - набор коммуникативных приемов древности.	Ученова В.В. Реклама и массовая культура. Служанка или госпожа? М, Юлнити Дана, 2017. Бузни Е.Н. История связей с общественностью Вузовский учебник. М.: Инфра, 2014. Ученова В.В., Старых Н.В. История рекламы. М.: Изд. дом «Питер», 2006. Федотова Л.Н. Реклама: теория и практика. Учебник для бакалавра. М. РГГУ, 2016.
3.	История рекламы зрелищ: афиша. Политическая реклама в античности.	
4.	Предметно-знаковая и живописная реклама в античности.	
5.	Демонстративная символика сообществ. Престижная протореклама.	
6.	Письменная реклама: граффити, album, римская протогазета.	
7.	Знаки собственности и знаки авторства - вариант проторекламы.	
<i>Раздел 2. Основные этапы развития западноевропейской средневековой рекламы</i>		
1.	Живописная реклама эпохи Возрождения.	Ученова В.В. Реклама и массовая культура. Служанка или госпожа? М, Юлнити Дана, 2017. Бузни Е.Н. История связей с общественностью Вузовский учебник. М.: Инфра, 2014. Ученова В.В., Старых Н.В. История рекламы. М.: Изд. дом «Питер», 2006. Федотова Л.Н. Реклама: теория и практика. Учебник для бакалавра. М. РГГУ, 2016.
2.	Рекламные функции средневековых городских глашатаев.	
3.	Рекламная деятельность герольдов.	
4.	Типографские эмблемы и экслибрисы в Западной Европе XIX в.	
5.	Печатная афиша как новый вид рекламы XVII - XVIII вв.	
6.	Торговая и цеховая эмблематика в рекламном процессе. Цеховые демонстративные акции и саморегулирование цеховой рекламы в Западной Европе XIV в.	
7.	Североамериканская реклама колониального периода XVII в.	
<i>Раздел 4. Западноевропейская и североамериканская реклама в XIX в.</i>		
1.	Новые виды рекламы в западной Европе XIX в. - витрины.	Ученова В.В. Реклама и массовая культура. Служанка или госпожа? М, Юлии Дана, 2013. Бузни Е.Н. История связей с общественностью Вузовский учебник. М.: Инфра, 2014. Ученова В.В., Старых Н.В. История рекламы. М.: Изд. дом «Питер», 2006. Федотова Л.Н. Реклама: теория и практика. Учебник для бакалавра. М. РГГУ, 2016.
2.	Деятельность информационных бюро в Средневековье XVI в.	
3.	Ведущие мастера французского плаката XIX в.	
4.	Подвижные рекламные приспособления. Наружная реклама и рекламный плакат в Западноевропейской рекламе XIX в.	
5.	Плакатный бум в Западной Европе XIX в.	
Организация и проведение рекламных кампаний в сфере PR и рекламы		
<i>Раздел 1. Сущность рекламной кампании как сложного общественного явления</i>		
1.	Рекламная кампания - понятие и виды	Мудров А.Н. Основы рекламы. 3-е изд., перераб. и доп. М.: Магистр, 2024. 416 с. Ю.С. Бернадская, С.С. Марочкина, Л.Ф. Смотрова. Основы рекламы: Учебник / Под
2.	Каналы распространения рекламы.	
3.	Классификационные критерии рекламных кампаний	

4.	Цели рекламной кампании и их функции	ред. Л.М. Дмитриевой. М.: Наука, 2005. 281 с Алиева Л. Рекламная кампания своими силами. СПб, Питер. 2013.
5.	«Бенчмаркинг» - понятие и особенности	
6.	Рекламное позиционирование товара на рынке.	
7.	Макро- микро- и мезо- уровни позиционирования	
<i>Раздел 2. Основные этапы развития западноевропейской средневековой рекламы</i>		
1.	Живописная реклама эпохи Возрождения.	Ученова В.В. Реклама и массовая культура. Служанка или госпожа? М, Юлнити Дана, 2017. Бузни Е.Н. История связей с общественностью Вузовский учебник. М.: Инфра, 2014. Ученова В.В., Старых Н.В. История рекламы. М.: Изд. дом «Питер», 2006. Федотова Л.Н. Реклама: теория и практика. Учебник для бакалавра. М. РГГУ, 2016.
2.	Рекламные функции средневековых городских глашатаев.	
3.	Рекламная деятельность герольдов.	
4.	Типографские эмблемы и экслибрисы в Западной Европе XIX в.	
5.	Печатная афиша как новый вид рекламы XVII - XVIII вв.	
6.	Торговая и цеховая эмблематика в рекламном процессе. Цеховые демонстративные акции и саморегулирование цеховой рекламы в Западной Европе XIV в.	
7.	Североамериканская реклама колониального периода XVII в.	
<i>Раздел 3. История рекламы в России</i>		
1.	Ярмарочная реклама XVIII в России.	Ученова В.В. Реклама и массовая культура. Служанка или госпожа? М, Юлнити Дана, 2017. Бузни Е.Н. История связей с общественностью Вузовский учебник. М.: Инфра, 2014. Ученова В.В., Старых Н.В. История рекламы. М.: Изд. дом «Питер», 2006. Федотова Л.Н. Реклама: теория и практика. Учебник для бакалавра. М. РГГУ, 2016.
2.	Живописная вывеска в России XVII в.	
3.	Лубочные традиции в российской рекламе XVIII.	
4.	Прообраз политической рекламы в народных зрелищах в России XIX - первая половина XX в.	
5.	Рекламные функции титульного листа XV в.	
6.	Малые изобразительные формы рекламы в XIX - начале XX вв.	
<i>Раздел 4. Западноевропейская и североамериканская реклама в XIX в.</i>		
1.	Новые виды рекламы в западной Европе XIX в. - витрины.	Ученова В.В. Реклама и массовая культура. Служанка или госпожа? М, Юлии Дана, 2013. Бузни Е.Н. История связей с общественностью Вузовский учебник. М.: Инфра, 2014. Ученова В.В., Старых Н.В. История рекламы. М.: Изд. дом «Питер», 2006. Федотова Л.Н. Реклама: теория и практика. Учебник для бакалавра. М. РГГУ, 2016.
2.	Деятельность информационных бюро в Средневековье XVI в.	
3.	Ведущие мастера французского плаката XIX в.	
4.	Подвижные рекламные приспособления. Наружная реклама и рекламный плакат в Западноевропейской рекламе XIX в.	
5.	Плакатный бум в Западной Европе XIX в.	

Организация и проведение рекламных кампаний в сфере PR и рекламы		
<i>Раздел 1. Сущность рекламной кампании как сложного общественного явления</i>		
1.	Рекламная кампания - понятие и виды	<i>Мудров А.Н. Основы рекламы. 3-е изд., перераб. и доп. М.: Магистр, 2013. 397 с.</i> <i>Ю.С. Бернадская, С.С. Марочкина, Л.Ф. Смотровя. Основы рекламы: Учебник / Под ред. Л.М. Дмитриевой. М.: Наука, 2005. 281 с</i> <i>Алиева Л. Рекламная кампания своими силами. СПб, Питер. 2013.</i>
2.	Каналы распространения рекламы.	
3.	Классификационные критерии рекламных кампаний	
4.	Цели рекламной кампании и их функции	
5.	«Бенчмаркинг» - понятие и особенности	
6.	Рекламное позиционирование товара на рынке.	
7.	Макро- микро- и мезо- уровни позиционирования	
<i>Раздел 2. Основные этапы развития западноевропейской средневековой рекламы</i>		
1.	Живописная реклама эпохи Возрождения.	<i>Ученова В.В. Реклама и массовая культура. Служанка или госпожа? М, Юлнити Дана, 2017.</i> <i>Бузни Е.Н. История связей с общественностью Вузовский учебник. М.: Инфра, 2014.</i> <i>Ученова В.В., Старых Н.В. История рекламы. М.: Изд. дом «Питер», 2006.</i> <i>Федотова Л.Н. Реклама: теория и практика. Учебник для бакалавра. М. РГГУ, 2016.</i>
2.	Рекламные функции средневековых городских глашатаев.	
3.	Рекламная деятельность герольдов.	
4.	Типографские эмблемы и экслибрисы в Западной Европе XIX в.	
5.	Печатная афиша как новый вид рекламы XVII - XVIII вв.	
6.	Торговая и цеховая эмблематика в рекламном процессе. Цеховые демонстративные акции и саморегулирование цеховой рекламы в Западной Европе XIV в.	
7.	Североамериканская реклама колониального периода XVII в.	
<i>Раздел 3. История рекламы в России</i>		
1.	Ярмарочная реклама XVIII в России.	<i>Ученова В.В. Реклама и массовая культура. Служанка или госпожа? М, Юлнити Дана, 2017.</i> <i>Бузни Е.Н. История связей с общественностью Вузовский учебник. М.: Инфра, 2014.</i> <i>Ученова В.В., Старых Н.В. История рекламы. М.: Изд. дом «Питер», 2006.</i> <i>Федотова Л.Н. Реклама: теория и практика. Учебник для бакалавра. М. РГГУ, 2016.</i>
2.	Живописная вывеска в России XVII в.	
3.	Лубочные традиции в российской рекламе XVIII.	
4.	Прообраз политической рекламы в народных зрелищах в России XIX - первая половина XX в.	
5.	Рекламные функции титульного листа XV в.	
6.	Малые изобразительные формы рекламы в XIX - начале XX вв.	
<i>Раздел 4. Западноевропейская и североамериканская реклама в XIX в.</i>		
1.	Новые виды рекламы в западной Европе XIX в. - витрины.	
2.	Деятельность информационных бюро в Средневековье XVI в.	

3.	Ведущие мастера французского плаката XIX в.	Ученова В.В. Реклама и массовая культура. Служанка или госпожа? М, Юлии Дана, 2013.
4.	Подвижные рекламные приспособления. Наружная реклама и рекламный плакат в Западноевропейской рекламе XIX в.	Бузни Е.Н. История связей с общественностью Вузовский учебник. М.: Инфра, 2014.
5.	Плакатный бум в Западной Европе XIX в.	Ученова В.В., Старых Н.В. История рекламы. М.: Изд. дом «Питер», 2006. Федотова Л.Н. Реклама: теория и практика. Учебник для бакалавра. М. РГГУ, 2016.
Организация и проведение рекламных кампаний в сфере PR и рекламы		
<i>Раздел 1. Сущность рекламной кампании как сложного общественного явления</i>		
1.	Рекламная кампания - понятие и виды	Мудров А.Н. Основы рекламы. 3-е изд., перераб. и доп. М.: Магистр, 2013. 397 с. Ю.С. Бернадская, С.С. Марочкина, Л.Ф. Смотровая. Основы рекламы: Учебник / Под ред. Л.М. Дмитриевой. М.: Наука, 2005. 281 с Алиева Л. Рекламная кампания своими силами. СПб, Питер. 2013.
2.	Каналы распространения рекламы.	
3.	Классификационные критерии рекламных кампаний	
4.	Цели рекламной кампании и их функции	
5.	«Бенчмаркинг» - понятие и особенности	
6.	Рекламное позиционирование товара на рынке.	
7.	Макро- микро- и мезо- уровни позиционирования	
<i>Раздел 2. Планирование рекламной кампании»</i>		
1.	Этапы планирования рекламной кампании.	Стиридонова И. Организация рекламной кампании. М., 2013 Перси Л., Эллиот Р. Стратегическое планирование рекламных кампаний. М.: Гребенников, 2008. 416 с. Назайкин А.Н. Как оценить эффективность рекламы М.: Солон-Пресс, 2014. 304 с. Паничкина Г., Носова Н. Как провести успешную рекламную кампанию, М.: Дашков и Ко 2011. 160 с.
2.	Основные статьи рекламного бюджета	
3.	Методы подсчета рекламного бюджета	
4.	Понятие эффективности в рекламе	
5.	Цели проведения предварительного тестирования	
6.	Методы текущего и заключительного тестирования	
<i>Раздел 3. Рекламная кампания в Интернете</i>		
1.	Рекламная кампания в интернете.	Гундарин М. Гундарина Е. Рекламные и PR-кампании. М.: Феникс. 2013. 192 с. Андросов Н. Интернет маркетинг на 100% Под. ред. Сухова С. М. 2012. Халилов Д. Маркетинг в социальных сетях. 2-е издание; М. Из-тво «Манн, Иванов, Фербер» 2014. Парабеллум А., Мрочковский Н., Горячо О. Инфобизнес с нуля; СПб, «Питер» 2013. 170 с. Броган К., Смит Дж. Агенты влияния в интернете. Как использовать социальные
2.	PR-кампания в интернете.	
3.	Таргетирование рекламы в интернете.	
4.	Сбор статистики для веб-сайта.	
5.	SMO и SMM, особенности работы.	
6.	Сущность SEO и специфика его применения в рекламе.	
7.	Целевые аудитории в интернете.	
8.	Мобильная реклама.	

9.	Оценка эффективности маркетинговых интернет коммуникаций.	<i>медиа для продвижения бизнеса; СПб, «Питер» 2012. 304 с.</i>
10.	Скрытый, вирусный и партизанский маркетинг	

Пример экзаменационного билета:

ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 1

1. Возможности качественных исследований в рекламе.
2. История возникновения и развития проторекламы.
3. Классификационные критерии рекламных компаний.

7.3. Показатели и критерии оценки результатов ГЭ

При оценке уровня профессиональной подготовленности по результатам государственного экзамена необходимо учитывать следующие **критерии**:

- знание учебного материала (учебных дисциплин);
- знание нормативно-законодательных актов и различных информационных источников;
- способность к абстрактному логическому мышлению;
- умение выделить проблемы;
- умение определять и расставлять приоритеты;
- умение аргументировать свою точку зрения.

Описание показателей и критериев оценивания результатов государственного экзамена, а также шкалы оценивания приведены в таблице 6.

Таблица 6 - Показатели, критерии и уровни оценивания результатов ГЭ

Уровни оценивания	Описание показателей и критериев оценивания		
	Показатели оценивания	Критерии оценки теоретической части экзамена	Критерии оценки расчетной задачи экзамена
Высокий уровень - оценка «отлично»	<ul style="list-style-type: none"> - знание учебного материала (учебных дисциплин); - знание нормативнозаконодательных актов и различных информационных источников; - способность к абстрактному логическому мышлению; - умение выделить проблемы; - умение определять и расставлять приоритеты; - умение аргументировать свою точку зрения; - умение применять теоретические знания для анализа конкретных производственных ситуаций и решения прикладных проблем; 	<ol style="list-style-type: none"> 1. полно раскрыто содержание материала билета; 2. материал изложен грамотно, в определенной логической последовательности, с точной терминологией; 3. показано умение иллюстрировать теоретические положения конкретными примерами, применять их в новой ситуации; 4. продемонстрировано усвоение ранее изученных сопутствующих вопросов, сформированность и устойчивость компетенций, умений и навыков; 5. ответ прозвучал самостоятельно, без наводящих вопросов; 6. допущены одна - две неточности при освещении второстепенных вопросов, которые исправляются по замечанию. 	при правильном численном ответе, полученном на основании решения по правильной расчетной схеме и корректно записанным расчетным формулам.
Средний уровень - оценка «хорошо»	- общий (культурный) и специальный (профессиональный) язык ответа.	<p>ответ удовлетворяет в основном требованиям на оценку «5», но при этом имеет недостатки:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. в изложении допущены небольшие пробелы, не исказившие содержание ответа; 2. допущены один - два недочета при освещении основного содержания ответа, исправленные по замечанию экзаменатора; 3. допущены ошибка или более двух недочетов при освещении второстепенных вопросов, которые легко исправляются по замечанию экзаменатора. 	представлено решение задачи по правильно записанным расчетным формулам, но при неполучении правильного численного решения в результате допущенных численных ошибок в расчетах.

<p>Низкий уровень - оценка «удовлетворительно»</p>	<ul style="list-style-type: none"> - знание учебного материала (учебных дисциплин); - знание нормативнозаконодательных актов и различных информационных источников; - способность к абстрактному логическому мышлению; - умение выделить проблемы; - умение определять и расставлять приоритеты; - умение аргументировать свою точку зрения; - умение применять теоретические знания для анализа конкретных производственных ситуаций и решения прикладных проблем; - общий (культурный) и специальный (профессиональный) язык ответа. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. неполно или непоследовательно раскрыто содержание материала, но показано общее понимание вопроса и продемонстрированы достаточные умения для усвоенного материала; 2. имелись затруднения или допущены ошибки в определении понятий, использовании терминологии, исправленные после наводящих вопросов; 3. при неполном знании теоретического материала выявлена недостаточная сформированность компетенций, умений и навыков, обучающийся не может применить теорию в новой ситуации. 	<p>при отсутствии правильного численного ответа, но при правильно выбранной схеме ее решения и расчетных формулах, в которых, однако, имеются ошибки, не имеющие принципиального значения.</p>
<p>Недостаточный уровень - оценка «неудовлетворительно»</p>		<ol style="list-style-type: none"> 1. не раскрыто основное содержание учебного материала; 2. обнаружено незнание или непонимание большей или наиболее важной части учебного материала; 3. допущены ошибки в определении понятий, при использовании терминологии, которые не исправлены после наводящих вопросов. 4. не сформированы компетенции, умения и навыки. 	<p>выставляется при полностью неправильном решении.</p>

7.4. График подготовки, организации и проведения ГЭ

Таблица 7 - График подготовки, организации и проведения ГЭ

Виды работ	Сроки	Ответственный исполнитель
Формирование программы итогового междисциплинарного экзамена по направлению подготовки	За 6 мес. до ГЭ	Заведующий кафедрой, Ведущие преподаватели
Подготовка вопросов к государственному экзамену	За 6 мес. до ГЭ	Заведующий кафедрой, Преподаватели
Выдача вопросов по государственному экзамену выпускникам	За 6 мес. до ГЭ	Заведующий кафедрой
Организация обзорных лекций и консультаций по направлению подготовки	За 6 мес. до ГЭ	Преподаватели кафедры
Подготовка и утверждение комплектов билетов	За 3 мес. до ГЭ	Председатель ГЭК, Ведущий специалист
Утверждение расписания государственного экзамена и информирование обучающихся	За 1 мес. до ГЭ	Ведущий специалист
Приказ о допуске обучающихся к государственному экзамену (за неделю до экзамена)	За 1 мес. до ГЭ	Декан факультета
Проведение государственного экзамена	По КУГ (календарный- учебный график)	ГЭК

7.5. Рекомендации обучающимся по подготовке к ГЭ

Государственный экзамен - это завершающий этап подготовки бакалавра, механизм выявления и оценки результатов обучения и установления соответствия уровня профессиональной подготовки выпускников требованиям ФГОС ВО по направлению подготовки.

Подготовка к экзамену способствует закреплению, углублению и обобщению знаний, получаемых, в процессе обучения, а также применению их к решению практических задач. Готовясь к государственному экзамену, студент ликвидирует имеющиеся пробелы в знаниях, углубляет, систематизирует и упорядочивает свои знания. На государственном экзамене обучающийся демонстрирует то, что он приобрел в процессе.

В период подготовки к государственному экзамену студенты вновь обращаются к учебно-методическому материалу и закрепляют знания. Подготовка к государственному экзамену включает в себя два этапа: самостоятельная работа в течение всего периода обучения; непосредственная подготовка в дни, предшествующие государственному экзамену по темам учебных дисциплин, выносимым на государственную аттестацию.

При подготовке к государственному экзамену студентам целесообразно использовать материалы лекций, учебно-методические комплексы, основную и дополнительную литературу.

Особо следует обратить внимание на умение использовать рабочую программу ГИА в части ГЭ. Она включает в себя вопросы для государственного экзамена. Поэтому студент, заранее изучив содержание государственного экзамена, сможет лучше сориентироваться в вопросах, стоящих в его билете.

Формулировка вопросов экзаменационного билета совпадает с формулировкой перечня рекомендованных для подготовки вопросов государственного экзамена.

Как соотносить конспект лекций и учебники при подготовке к экзамену? Было бы ошибкой главный упор делать на конспект лекций, не обращаясь к учебникам и, наоборот недооценивать записи лекций. Рекомендации здесь таковы. При проработке той или иной темы курса сначала следует уделить внимание конспектам лекций, а затем учебникам или интернет-источникам. Дело в том, что "живые" лекции обладают рядом преимуществ: они более оперативно иллюстрируют состояние научной проработки того или иного теоретического вопроса, дают ответ с учетом новых теоретических разработок, т.е. отражают самую "свежую" информацию. Для написания же и опубликования печатной продукции нужно время. Отсюда изложение некоторого учебного материала быстро устаревает.

Традиционно студенты задают вопрос, каким пользоваться учебником при подготовке к экзамену? Однозначно ответить на данный вопрос нельзя. Не бывает идеальных учебников, они пишутся представителями различных школ, научных направлений, и поэтому в каждом из них есть свои достоинства и недостатки, чему-то отдается предпочтение, что-то недооценивается либо вообще не раскрывается. Отсюда, для сравнения учебной информации и полноты картины необходим конспект лекций, а также в обязательном порядке использовать как минимум два учебных источника.

Надо ли делать письменные пометки, прорабатывая тот или иной вопрос? Однозначного ответа нет. Однако, для того, чтобы быть уверенным на экзамене, необходимо при подготовке тезисно записать ответы на наиболее трудные, с точки зрения студента, вопросы. Запись включает дополнительные (моторные) ресурсы памяти.

Представляется крайне важным посещение студентами проводимой перед государственным экзаменом консультации. Здесь есть возможность задать вопросы преподавателю по тем разделам и темам, которые недостаточно или противоречиво освещены в учебной, научной литературе или вызывают затруднение в восприятии.

Важно, чтобы студент грамотно распределил время, отведенное для подготовки к государственному экзамену. В этой связи целесообразно составить календарный план подготовки к экзамену, в котором в определенной последовательности отражается изучение или повторение всех экзаменационных вопросов. Подготовку к экзамену студент должен вести ритмично и систематично.

Зачастую студенты выбирают "штурмовой метод", когда подготовка ведется хаотично, материал прорабатывается бессистемно. Такая подготовка не может выработать прочную систему знаний. Поэтому знания, приобретенные с помощью подобного метода, в лучшем случае закрепляются на уровне представления.

Во время экзамена за отведенное для подготовки время студент должен сформулировать четкий ответ по каждому вопросу билета. Во время подготовки рекомендуется не записывать на лист ответа все содержание ответа, а составить развернутый план, которому необходимо следовать во время сдачи экзамена.

Отвечая на экзаменационные вопросы, необходимо придерживаться определенного плана ответа, который не позволит студенту уйти в сторону от содержания поставленных вопросов. При ответе на экзамене допускается многообразие мнений. Приветствуется, если студент не читает с листа, а свободно излагает материал, ориентируясь на заранее составленный план.

К выступлению выпускника на государственном экзамене предъявляются следующие требования:

- ответ должен строго соответствовать объему вопросов билета;
- ответ должен полностью исчерпывать содержание вопросов билета;
- ответ должен соответствовать определенному плану, который рекомендуется огласить в начале выступления;
- выступление на государственном экзамене должно соответствовать нормам и правилам публичной речи, быть четким, обоснованным, логичным.

Во время ответа на поставленные вопросы надо быть готовым к дополнительным или уточняющим вопросам. Дополнительные вопросы задаются членами государственной комиссии в рамках билета и связаны, как правило, с неполным ответом. Уточняющие вопросы задаются, чтобы конкретизировать мысли студента. Полный ответ на уточняющие вопросы лишь усиливает эффект общего ответа студента.

Итоговая оценка знаний предполагает дифференцированный подход к студенту, учет его индивидуальных способностей, степень усвоения и систематизации основных теоретических положений, понятий и категорий. Оценивается так же культура речи, грамотное комментирование, приведение примеров, умение связывать теорию с практикой, творчески применять знания к неординарным ситуациям, излагать материал доказательно, полемизировать там, где это необходимо.

8. Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы

Выпускная квалификационная работа бакалавра по направлению подготовки «Реклама и связи с общественностью» представляет собой законченную разработку, в которой должны быть изложены следующие вопросы:

- теории и истории рекламы и PR;
- механизмы социального влияния рекламы;
- реклама как социальный институт;
- факторы, влияющие на отношение к рекламе;
- причины усиления роли политической деятельности в современном обществе;
- методы оценки экономической эффективности рекламы;
- способы регуляции рекламы в обществе;
- основные стратегии интегрированных коммуникаций;
- синергетический эффект применения интегрированных коммуникаций в бизнес проектах;
- основные темы, формы и жанры современных СМИ;
- основная материально-техническая база производства СМИ;
- специфика продвижения товаров и услуг на рынке;
- внедрение новых рекламных и PR технологий в Кыргызстане;
- особенности брендинга;
- разработка и продвижение торговой марки на рынках Кыргызстана, Казахстана, России;
- анализ эффективности рекламных коммуникаций;
- специфика разработки рекламного персонажа;
- разработки фирменного стиля, редизайна;
- разработка POS-материалов;
- мерчандайзинг, франчайзинг в Кыргызстане и других странах;
- основные принципы деятельности пресс-служб;
- PR в деятельности коммерческих и некоммерческих структур;
- применение законодательства о рекламе в практической деятельности рекламных агентств и пресс-служб;
- основные принципы общественного регулирования рекламно-информационной деятельности;
- основные положения «Законов о рекламе» КР и РФ;
- специфика работы отделов рекламы и PR;
- работа с внутренней и внешней общественностью специфика конструирования имиджа.

8.1. Вид выпускной квалификационной работы

ВКР выполняется в виде бакалаврской работы.

8.2. Цель выполнения выпускной квалификационной работы и предъявляемые к ней требования

Выполнение ВКР имеет своей **целью**:

- систематизацию, закрепление и углубление полученных теоретических и практических знаний по направлению подготовки;
- развитие навыков обобщения практических материалов, критической оценки теоретических положений и выработки своей точки зрения по рассматриваемой проблеме;
- развитие умения аргументировано излагать свои мысли и формулировать предложения;
- выявление у обучающихся творческих возможностей и готовности к практической деятельности в условиях современной экономики.

К выпускной квалификационной работе предъявляются следующие **основные требования**:

- раскрытие актуальности, теоретической и практической значимости темы;
- правильное использование законодательных и нормативных актов, методических, учебных пособий, а также научных и других источников информации, их критическое осмысление, и оценка практических материалов по выбранной теме;
- демонстрация способности владения:
 - современными методами и методиками;
 - проведения маркетингового анализа;
 - составления SWOT-анализа;
 - планирования рекламной кампании, в том числе и в интернете;
 - составление медиаплана;
 - разработки рекламных персонажей;
 - разработки фирменного стиля, редизайна;
 - разработки POS-материалов;
 - разработки мерчандайзинга;
 - разработки франчайзинга;
 - оценки экономической эффективности рекламы;
 - составление рекламных обращений;
 - разработки УТП;
 - применение основных стратегий интегрированных коммуникаций;
- полное раскрытие темы ВКР, аргументированное обоснование выводов и формулировка предложений, представляющих научный и практический интерес, с обязательным использованием практического материала, в том числе, например, представление плана рекламной кампании и его реального воплощения в рекламной деятельности на рынке Кыргызстана в целом и Бишкека в частности, описание основных принципов разработки фирменного стиля, редизайна, мерчандайзинга, франчайзинга и конкретными примерами реализации данных принципов в работе рекламных организаций;
- раскрытие способностей обеспечения систематизации и обобщения собранных по теме материалов, развития навыков самостоятельной работы при проведении научного исследования.

8.3. Тематика выпускных квалификационных работ

При выборе темы необходимо учитывать ее актуальность в современных условиях, практическую значимость для учреждений, организаций и предприятий, где были получены первичные исходные данные для подготовки выпускной квалификационной работы.

При выборе темы целесообразно руководствоваться опытом, накопленным при написании курсовых работ, подготовки рефератов и докладов для выступления на семинарах и практических занятиях, конференциях, что позволит обеспечить преемственность научных и практических интересов.

Название темы выпускной квалификационной работы должно быть кратким, отражать основное содержание работы. В названии темы нужно указать объект и / или инструментарий, на которые ориентирована работа. В работе следует применять новые технологии и современные методы.

Примерная тематика ВКР:

1. PR-технологии в формировании имиджа (на примере политического лидера, политической партии, общественного движения)
2. Политическое лоббирование в PR-деятельности: сущность, проблемы, используемые технологии
3. Пресс-служба и современные рекламные стратегии: их взаимосвязь, тенденции и перспективы развития
4. Связи с общественностью в политической сфере: состояние, проблемы, направления совершенствования и перспективы развития (на примере)
5. СМИ и их роль в имидже политической партии (на примере)
6. Социальные PR-проекты: особенности разработки и реализации (на примере)
7. Технологии использования PR-методов в политической сфере (на примере)
8. Формирование имиджа в PR-деятельности (на примере)
9. Мотивы престижа в интегрированных рекламных коммуникациях (на примере парфюмерно-косметических товаров)
10. Проблемы журнальной рекламы в специализированных изданиях
11. Специфика рекламы товаров народного потребления в СМИ СССР
12. Стратегия продвижения личного аккаунта в Instagram
13. Утилитарные мотивы в рекламе бытовой техники
14. Гендерные аспекты в политической коммуникации
15. Игровые техники в современной рекламной деятельности (на примере BTL- акций)
16. Коммуникационные технологии в сфере образования (на примере)
17. Пропаганда - средство политической манипуляции (на примере)
18. Роль опросов общественного мнения в политической коммуникации (на примере)
19. Специфика организации внешнекорпоративной/внутрикорпоративной деятельности (на примере)
20. Граффити в современной уличной рекламе (на примере)
21. Проблемы мерчандайзинга в Кыргызстане
22. Специфика рекламы на транспорте в Кыргызстане
23. Товарный знак и его влияние на продвижение (позиционирование) товара на рынке
24. Франчайзинг в Кыргызстане (на примере)
25. Цвет в рекламном дизайне
26. Шрифтовые плакаты в визуальной рекламе и их влияние на потребителя
27. Идеологические мифы как фактор манипулирования сознанием
28. Инфографика - средство визуальной коммуникации в рекламе (на примере)
29. Информационные мифы как продукт пропаганды (на примере)
30. Мультимедийные технологии как средство рекламы (на примере)

Примечание. Количество тем ВКР должно быть на 2-3 больше, чем количество выпускников текущего учебного года.

8.4. Перечень рекомендуемой литературы для выполнения ВКР

Список основной литературы:

1. Ворошилов В.В. Современная пресс-служба. - М.: Кнорус, 2016. - 224 с.
2. Голованов В.С. Ответственность за заведомо ложную рекламу по законодательству КР. - Бишкек, 2012.
3. Данилов А.А. Идея, сценарий, дизайн в рекламе. -СПб. «Дан», 2008.
4. Дегтярев А.Р. Изобразительные средства рекламы. - М.: «ФАИР- ПРЕСС», 2006. - 256 с.
5. Деева И.В., Кацев А.С., Озмитель Е.Е. и др. Журналистика. PR. Реклама. Словарь-справочник. Журналистика. Реклама. PR. - Бишкек, 2010.
6. Добробабенко Н.С. Фирменный стиль: принципы разработки. - М.: Инфра-М., 1999. -54 с.
7. Дуйшеева А.Э. Гражданско-правовые аспекты регулирования рекламной деятельности в КР / автореф. - Бишкек, 2013.
8. Курушин В. Д. Графический дизайн и реклама. - М.: ДМК Пресс, 2007. - 272 с.
9. Мандель Б.Р. Социальная реклама. - М.: Вузовский учебник, 2012.
10. Мудров А.Н. Основы рекламы. - М., 2015.
11. Овчинникова Р.Ю. Дизайн в рекламе. Основы графического проектирование: учеб. пособие для студентов; под ред. Л.М. Дмитриевой. - М.: ЮНИТИ ДАНА, 2012. - 154 с.
12. Учебно-методическое пособие по написанию, оформлению и защите выпускных квалификационных работ для студентов 4курсаочной формы обучения направления «Реклама и связи с общественностью» (бакалавриат).
13. Четверков Н.В. Современная пресс-служба. - М.: Аспект Пресс, 2010. - 191 с. (эл. уч. пособие).
14. Шарков В.И. Интегрированные коммуникации: реклама, паблик рилейшинз, брендинг. - М., 2014.

Список дополнительной литературы:

1. Голубков Е.П. Маркетинговые исследования. - М.: Дроба, 2008. - 99 с.
2. Гринберг Т.Э. Политические технологии PR и реклама. - М.: Аспект Пресс, 2005.
3. Дрю Д.Т. Управление цветом в логотипах: подроб. справ. графич. дизайнера / Д.Т. Дрю, С.А. Мейер; пер. С. Гилим. - М.: РИП-холдинг, 2007.
4. Интернет-ресурс. Лекции. Ком. Раздел «Пресс-службы в органах государственной власти». URL: <https://lektsii.com/3-86254.html>
5. Канферер Н. «Торговая марка: испытание практикой» - Новосибирск: СП «Интербук», М. 2002. - 154 с.
6. Кацев А.С. Журналистика. Реклама. PR. Эл. словарь. - Бишкек: КРСУ, 2013.
7. Костина А.В., Макаревич Э.Ф., Карпухина О.И. Основы рекламы. - М.: Кнорус, 2010.
8. Кудряшова О.С. Формы и методы работы современной пресс-службы в медицинской организации. Менеджмент новостей // Практические исследования. - 2015. - №3. - С. 48-50. URL: <https://cyberleninka.ru/article/v/formy-i-metody-raboty-sovremennoy-press-sluzhby-v-meditsinskoy-organizatsii-menedzhment-novostey>
9. Кунгурцев К. И. Правовые аспекты регулирования рекламного рынка в России. - М.: Лаборатория книги, 2012. - 109 с.
10. Курушин В. Д. Графический дизайн и реклама. - М.: ДМК Пресс, 2007. - 272 с.
11. Музкант В.Л. Реклама в действии. - М., 2010.
12. Н. В. Серов «Эстетика цвета», - СПб, ФПБ-ТОО «БИОНТ», 1997. - 9 с.
13. Репьев А. Мудрый рекламодатель. - М.: Гелла-принт», 2002. - 134 с.
14. Семенов В.Б. Товарный знак: битва со смыслами. - СПб.: Питер, 2005. - 70 с.
15. Уиллер А. Индивидуальность бренда. Руководство по созданию, продвижению и поддержке сильных брендов. - М.: Альпина Бизнес Букс, 2004. - 27 с.
- Феофанов О. Реклама новые технологии в России. - М: Инфра-М., 2002. - 78 с.

Интернет-ресурсы:

1. <http://freepapers.ru/107/firmennyj-stil-predpriyatij-sksit/127527.818830.list4.html>
2. <http://lektsii.net/2-68580.html>
3. <http://lektsii.net/2-68580.html>
4. <http://lektsii.net/2-68580.html>
5. <http://lektsii.net/2-68580.html>
6. <http://psyfactor.org/lib/color9.htm>
7. http://rosdesign.com/design_materials/logoofforum.htm
8. http://rosdesign.com/design_materials/logoofforum.htm
9. <http://www.bibliofond.ru/view.aspx?id=554517>
10. <http://www.logodesigner.ru/articles/logo/razrabotka-logotipa-principy-effektivnosti>
11. http://www.popov-lib.narod.ru/economy/p/pankratov/reklamnaya_13.htm
12. <https://ru.wikipedia.org/wiki/Hewlett-Packard>
13. <https://ru.wikipedia.org/wiki/ИКЕА>
14. Категории шрифта. <http://www.design1.info>
15. Учебники. Раздел «Массовая коммуникация». URL: <http://textb.net/>

8.5. Показатели и критерии оценки ВК

Таблица 8 - Качество и уровень ВКР. Качество защиты ВКР (исследовательская работа)

	Недостаточный уровень - «неудовлетворительно»	Низкий уровень - «удовлетворительно»	Средний уровень - «хорошо»	Высокий уровень - «отлично»
Актуальность темы и ее значимость	Актуальность исследования автором не обосновывается. Неясны цели и задачи работы (либо они есть, но абсолютно не согласуются с содержанием)	Актуальность либо вообще не сформулирована, либо сформулирована не в самых общих чертах – проблема не выявлена. Не четко сформулированы цель, задачи, предмет, объект исследования, методы, используемые в работе	Автор обосновывает актуальность направления исследования в целом, а не собственной темы. Сформулированы цель, задачи, предмет, объект исследования. Тема работы сформулирована более или менее точно.	Актуальность проблемы исследования обоснована анализом состояния действительности. Сформулированы цель, задачи, предмет, объект исследования, методы, используемые в работе.
Оценка методики исследований	Использована традиционная методика исследований	Использована как традиционная методика исследований, но и апробированная	Использована как традиционная и (или) апробированная методика исследований, но и традиционная с оригинальными элементами	Использована как традиционная и (или) апробированная методика исследований, но и традиционная с оригинальными элементами и (или) принципиально новая

	Недостаточный уровень - «неудовлетворительно»	Низкий уровень - «удовлетворительно»	Средний уровень - «хорошо»	Высокий уровень - «отлично»
Оценка теоретического содержания работы	Содержание и тема работы плохо согласуются между собой.	Содержание и тема работы не всегда согласуются между собой. Некоторые части работы не связаны с целью и задачами работы. Используются известные решения	Содержание, как целой работы, так и ее частей связано с темой работы, имеются небольшие отклонения. Логика изложения присутствует – одно положение вытекает из другого. Используются как известные решения, так и новые теоретические модели и решения.	Содержание, как целой работы, так и ее частей связано с темой работы. Тема сформулирована конкретно, отражает направленность работы. В каждой части присутствует обоснование, использования части в рамках данной темы. Используются новые теоретические модели и решения.
Разработка мероприятий по реализации работы	Освещен набор стандартных мероприятий	Освещен набор как стандартных мероприятий, так и мероприятий с элементами углубленной проработки отдельных мероприятий	Освещена углубленная проработка отдельных мероприятий	Освещена комплексная система мероприятий
Апробация и публикация результатов работы	Апробации и публикации не было	Был сделан доклад на внутривузовской конференции и (или) осуществлена публикация во внутривузовском журнале	Был сделан доклад на региональной конференции и (или) осуществлена публикация в региональном журнале	Был сделан доклад на всероссийской и (или) международной конференции и (или) осуществлена публикация в общероссийском журнале

	Недостаточный уровень - «неудовлетворительно»	Низкий уровень - «удовлетворительно»	Средний уровень - «хорошо»	Высокий уровень - «отлично»
Внедрение	Нет	Рекомендовано ГЭК к внедрению	Принято к внедрению	Внедрено
Качество оформления	Много нарушений правил оформления и низкая культура ссылок.	Представленная ВКР имеет отклонения и не во всем соответствует предъявляемым требованиям	Есть некоторые недочеты в оформлении работы, в оформлении ссылок.	Соблюдены все правила оформления работы.
Качество защиты выпускной квалификационной работы				
Качество доклада на заседании ГЭК	Автор совсем не ориентируется в терминологии работы, защиту строит не связно, допускает существенные ошибки	Автор, в целом, владеет терминологией, но допускает неточности и ошибки при толковании основных положений и результатов работы. Защита, прошла сбивчиво, неуверенно и нечетко.	Автор достаточно уверенно владеет терминологией, защиту строит связано, но допускает незначительные неточности при ответах. Использует наглядный материал.	Автор уверенно владеет терминологией, защиту строит связано, использует наглядный материал: презентации, схемы, таблицы и др.
Правильность и аргументированность ответов на вопросы	Автор обнаруживает неумение применять полученные знания в ответах на вопросы членов ГЭК	Автор показал слабую ориентировку в тех понятиях, терминах, которые использует в своей работе, и затрудняется в ответах на вопросы членов ГЭК.	Автор достаточно уверенно владеет содержанием работы, в основном, отвечает на поставленные вопросы, но допускает незначительные неточности при ответах.	Автор уверенно показывает свою точку зрения, опираясь на соответствующие теоретические положения, грамотно и содержательно отвечает на поставленные вопросы.

	Недостаточный уровень - «неудовлетворительно»	Низкий уровень - «удовлетворительно»	Средний уровень - «хорошо»	Высокий уровень - «отлично»
Эрудиция и знания в области профессиональной деятельности	Автор обнаруживает непонимание содержательных основ в области профессиональной деятельности и неумение применять полученные знания на практике.	Автор допускает неточности и ошибки при толковании основных положений и результатов работы, не имеет собственной точки зрения на проблему исследования.	Автор достаточно уверенно осуществляет содержательный анализ теоретических источников, но допускает отдельные неточности в теоретическом обосновании или допущены отступления в практической части от законов композиционного решения.	Автор уверенно осуществляет сравнительно-сопоставительный анализ разных теоретических подходов, практическая часть ВКР выполнена качественно и на высоком уровне.
Свобода владения материалом ВКР	Автор обнаруживает непонимание материалов ВКР и проявляет неумение применять полученные материалы даже с помощью членов комиссии.	Автор, в целом, владеет содержанием работы, но при этом показал слабую ориентировку в тех понятиях, терминах, которые использует в своей работе. Практическая часть ВКР выполнена некачественно	Автор достаточно уверенно владеет содержанием материалов работы, но допускает отдельные неточности при защите ВКР. Практическая часть ВКР выполнена качественно	Автор уверенно владеет содержанием работы, показывает свою точку зрения, опираясь на соответствующие теоретические положения.

Результаты оценивания вносятся в сводный оценочный лист обучающегося и сводный оценочный лист по направлению подготовки (приложение 1). Итоговая оценка за ВКР выставляется студенту на основании среднеарифметической величины по всем показателям, входящим в сводный оценочный лист обучающегося.

8.6. Примерный график подготовки, организации и проведения защиты ВКР

Таблица 12 - График подготовки, организации и проведения защиты ВКР

Виды работ	Сроки	Ответственный исполнитель
Представление тем ВКР, выбор темы ВКР и научного руководителя	за 7 мес. до защиты ВКР по КУГ	Преподаватели кафедры Обучающиеся
Подача заявления о закреплении темы ВКР и научного руководителя	за 6 мес. до защиты ВКР по КУГ	Обучающийся
Подготовка приказа по утверждению тем и руководителей ВКР	за 6 мес. до защиты ВКР по КУГ	Ведущий специалист Руководители ВКР
Составление и утверждение заданий на ВКР и календарного графика на ВКР	за 6 мес. до защиты ВКР по КУГ	Руководители ВКР Заведующий кафедрой
Составление и согласование технического задания на ВКР с зав. кафедрой	за 6 мес. до защиты ВКР по КУГ	Руководители ВКР Заведующий кафедрой
Организация консультаций и нормоконтроль	в течение преддипломной практики и выполнения ВКР по КУГ	Заведующий кафедрой
Контроль за ходом выполнения ВКР I этап (30%) II этап (80%) III этап (100%)	I этап (30%) - начало преддипломной практики по КУГ; II этап (80%) - окончание преддипломной практики по КУГ; III этап (100%) - за неделю до защиты ВКР по приказу	Руководители ВКР Заведующий кафедрой
Утверждение и предоставление дат защит ВКР	за 2 мес. до защиты ВКР по КУГ	Заведующий кафедрой Секретарь ГЭК
Для магистров - назначение рецензентов (за две недели до защиты)	за неделю до защиты ВКР	Руководители ВКР Заведующий кафедрой
Получение резолюций нормоконтролера, рецензента (для магистров)	по приказу	Обучающийся
Подготовка проекта приказа о допуске к защите ВКР (за неделю до защиты)	за 1 мес. до защиты ВКР по КУГ	Заведующий кафедрой Секретарь ГЭК
Защита ВКР в ГЭК	защита ВКР по КУГ	Заведующий кафедрой Секретарь ГЭК

8.7. Рекомендации обучающимся по подготовке к защите ВКР

8.7.1. Планирование самостоятельной работы выпускников

В докладе (рассчитанном на 12-15 минут) целесообразно отметить:

- что является предмет изучения;
- чем руководствовался автор работы при раскрытии темы;

- какие методы были использованы при изучении проблемы;
- какие результаты достигнуты в ходе исследования;
- каковы основные выводы и рекомендации по улучшению продвижения товаров и услуг.

В докладе студент должен продемонстрировать личный вклад в разработку выбранной темы (такowymi считаются проведение конкретных исследований, разработка документов, выполнение практических работ и т. д.). В выступлении следует избегать личных местоимения «я», «мною» и т. п.

Более конкретно содержание доклада определяется студентом совместно с научным руководителем. По стилю доклад должен быть кратким, содержательным и точным. Приведенные ниже рекомендации помогут сделать выступление на защите максимально эффективным:

- ни в коем случае *не следует отклоняться от главной темы* выступления: именно она составляет название работы и должна проходить «красной нитью» через весь доклад; несмотря на то, что хочется рассказать о многом, и многое кажется действительно интересным, *следует отделить главное от второстепенного*

- формулировки доклада должны быть *понятными, лаконичными и обоснованными*: следует избегать «заумных» терминов, длинных сложных предложений; в противном случае выступление и его отдельные положения могут быть поняты неоднозначно, что даст повод к дополнительным вопросам со стороны членов комиссии;

- полезно *определить пропорцию между теоретической и практической частями* выступления: практика показывает, что рассказ о проведенном исследовании, его результатах и реальных предложениях воспринимается членами комиссии с гораздо большим интересом, нежели сухое перечисление давно известных теоретических положений;

- целесообразно письменно подготовить тезисы выступления, но *выступать на защите необходимо, не зачитывая текст*, а лишь время от времени «подглядывая» в него;

- настоятельно рекомендуется *наглядная презентация работы на кафедре* применительно мультимедийного проектора (слайдов, число до 15) и (или) раздаточного материала; это не только экономит время выступающего, но и концентрирует внимание слушателей на наиболее важных моментах.

При подготовке слайдов в POWER POINT настоятельно рекомендуется светлый фон слайда и размер шрифта не менее 24.

- не надо злоупотреблять цифрами: их должно быть ровно столько, сколько потребуется для точного описания сути решаемой проблемы; следует помнить, что перегруженность речи цифрами может запутать не только слушателей, но и самого студента;

- крайне полезно использовать в презентации графики и диаграммы, наглядно представляющие суть и динамику решаемой управленческой проблемы, а также результаты практического исследования, проведенного студентом;

- не следует выносить на слайды и раздаточные материалы непроверенные и неточные цифровые данные, не в полной степени усвоенные термины и положения: в этом случае демонстрационный материал вместо помощи докладчику может спровоцировать такие вопросы членов комиссии, которые могут просто «завалить» студента;

- не следует заострять внимание на общеизвестных фактах и положениях, которые не вызовут интереса членов комиссии и не улучшат восприятия выступления;

- при использовании слайдов и плакатов не следует подробно описывать их содержание - достаточно выделить ключевой момент слайда; если у членов комиссии возникнут вопросы относительно того или иного момента наглядного материала, на них можно будет ответить по завершении основного доклада;

- крайне важен внешний вид студента (имеет в виду деловая форма одежды - ведь речь идет о защите научной работы студента) и его психологический настрой и поведение: несмотря на оправданное волнение, следует вести себя спокойно, уверенно (но не самоуверенно), убедительно;

- полезно использование таких психологических приемов презентации, как «неожиданность», «юмор», «драматизация», а иногда (в случае абсолютно уверенного владения материалом) и «провокация».

8.7.2. Планирование самостоятельной работы выпускников

Таблица 13 - График организации самостоятельной работы выпускников по подготовке к защите ВКР

Этапы работ	Контроль
1. Сбор, изучение и систематизация учебной, научно-технической литературы, учебно-методической документации и патентной информации.	Опрос руководителем
2. Разработка общей части (введения, теоретической главы) работы.	Опрос руководителем
3. Технологические разработки. Этапы решения поставленной задачи. Подготовка аналитической и практической глав.	Опрос руководителем
4. Написание заключения и аннотации.	Опрос руководителем
5. Окончательное оформление расчетно-пояснительной записки и графических материалов.	-
6. Подготовка на проверку и подпись ВКР руководителю.	-
7. Подготовка на проверку и подпись ВКР заведующему кафедрой. Получение допуска к защите.	-
<i>Итого</i>	-

8.7.3. Структура ВКР. Требования к ее содержанию

Структура выпускной работы включает: введение, 2 главы, с разбивкой на параграфы, заключение, а также список использованной литературы и приложения. Объем работы - в пределах 60 печатных страниц.

Во введении обосновывается выбор темы, ее актуальность, формулируются цель и задачи исследования. Здесь отражается степень изученности рассматриваемых вопросов в научной и практической литературе, оговаривается предмет и объект исследования, конкретизируется круг вопросов, подлежащих исследованию. По объему введение не превышает 5 страниц.

Первая глава имеет теоретический характер. В ней на основе изучения литературы, дискуссионных вопросов, систематизации современных исследований рассматриваются возникновение, этапы исследования проблем, систематизируются позиции российских и зарубежных ученых и обязательно аргументируется собственная точка зрения обучающегося относительно понятий, проблем, определений, выводов.

Вторая и последующие главы носят аналитический и прикладной характер, раскрывающий содержание проблемы. В них на конкретном практическом материале освещается фактическое состояние проблемы на примере конкретного объекта. Достаточно глубоко и целенаправленно анализируется и оценивается действующая практика, выявляются закономерности и тенденции развития на основе использования собранных первичных документов, статистической и прочей информации за предоставленный для данного исследования период (как правило, не менее трех лет).

Содержание этих глав является логическим продолжением первой теоретической главы и отражает взаимосвязь теории и практики, обеспечивает разработку вопросов плана работы и выдвижение конкретных предложений по исследуемой проблеме.

Заключение содержит выводы по теме ВКР и конкретные предложения по исследуемым

вопросам. Они должны непосредственно вытекать из содержания выпускной работы и излагаться лаконично и четко. По объему заключение не превышает 3 страниц.

9. Образовательные, научно-исследовательские и научно-производственные технологии, используемые при подготовке к ГИА

Для реализации компетентного подхода используются как традиционные формы и методы обучения, так и интерактивные формы (круглый стол, взаиморецензирование, представление и обсуждение проектных разработок), направленные на формирование у выпускников навыков коллективной работы, умения анализировать, синтезировать, готовить публикации и доклады по результатам ВКР и презентовать их.

10. Материально-техническое обеспечение ГИА

Таблица 14 - Материально-техническое обеспечение ГИА

Наименование оборудованных учебных кабинетов	Адрес (местоположение) учебных кабинетов
Специальные помещения: <i>Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, текущего контроля и промежуточной аттестации, представления результатов самостоятельного исследования ВКР и др. на 25 рабочих мест, оборудованная специализированной (учебной) мебелью (столы, стулья, доска аудиторная комбинированная); набором демонстрационного оборудования для представления информации: мультимедиа-проектор, компьютер</i>	ауд. 226 корп. 8

11. Сведения о внесённых изменениях на текущий учебный год

Учебный год	Решение кафедры (№ протокола, дата протокола)	Внесённые изменения

Форма сводного оценочного листа обучающегося

Показатель	Оценка			
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично
Качество и уровень ВКР (исследовательская работа)				
Актуальность тематик и ее значимость				
Оценка методики исследований				
Оценка теоретического содержания работы				
Разработка мероприятий по реализации работы				
Апробация и публикация результатов работы				
Внедрение				
Качество оформления				
Качество защиты ВКР				
Качество доклада на заседании ГЭК				
Правильность и аргументированность ответов на вопросы				
Эрудиция и знания в области профессиональной деятельности				
Свобода владения материалом ВКР				
Итоговая оценка ВКР*				
* Итоговая оценка ВКР формируется как среднеарифметическая величина оценок по показателям качества и уровня ВКР, качества защиты ВКР				