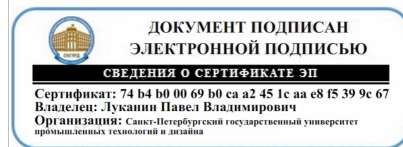


УТВЕРЖДАЮ
Директор ВШТЭ



Программа выпускной квалификационной работы

Б3.01(Д)	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы
-----------------	--

Учебный план: _____ ФГОС3++b420301РЦС-1_26-14.plx

Кафедра:

35

 Рекламы и современных коммуникаций

Направление подготовки: _____
(специальность) 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки: _____
(специализация) Реклама в цифровой среде

Уровень образования: _____
бакалавриат

Форма обучения: _____
очная

План учебного процесса

Семестр		Сам. работа	Контроль, час.	Трудоёмкость, ЗЕТ
8	УП	195,5	20,5	6
Итого	УП	195,5	20,5	6

Программа выпускной квалификационной работы составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утверждённым приказом Минобрнауки России от 08.06.2017 г. № 512

Составитель (и):

Кандидат экономических наук, заведующий кафедрой

Лосева Ольга Сергеевна

От кафедры составителя:

Заведующий кафедрой рекламы и современных коммуникаций

Лосева О.С.

От выпускающей кафедры:

Заведующий кафедрой

Бескровная В.А.

Методический отдел:

1 ВВЕДЕНИЕ К ПРОГРАММЕ ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЫ

1.1 Цель ВКР: Целью освоения выпускной квалификационной работы является формирование способности выпускника самостоятельно решать актуальные профессиональные задачи в сфере рекламы и связей с общественностью, демонстрируя интеграцию теоретических знаний, аналитических навыков и практических инструментов для разработки и обоснования эффективных коммуникационных стратегий и проектов.

1.2 Задачи ВКР:

1. Выявить и систематизировать реальные коммуникационные проблемы компании/бренда на основе диагностики внешней и внутренней среды, медиаполя и целевых аудиторий.
2. Обосновать выбор теоретических концепций и методов исследования, адекватных поставленной проблеме.
3. Разработать интегрированную коммуникационную стратегию, включая позиционирование, систему ключевых сообщений и KPI эффективности.
4. Создать оригинальные креативные концепции каналов коммуникации, соответствующих брифу и бюджету.
5. Спроектировать календарный план реализации, рассчитать смету (с обоснованием бюджета) и предложить систему оценки ROI коммуникационных мероприятий.
6. Идентифицировать коммуникационные, репутационные и юридические риски (ФЗ «О рекламе», закон о персональных данных) и предложить меры их минимизации.
7. Сформировать убедительную аргументацию и визуализировать результаты ВКР в формате «питч-презентации», готовой к защите перед ГЭК и потенциальным клиентом/работодателем.

2 КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ОЦЕНИВАЕМЫЕ ПРИ ЗАЩИТЕ ВКР

УК-1: Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач
Знает: методики поиска, сбора и обработки информации; актуальные российские и зарубежные источники информации; метод системного анализа
Умеет: применять методики поиска, сбора и обработки информации; осуществлять критический анализ и синтез информации, полученной из разных источников; применять системный подход для решения поставленных задач
Владеет: методами поиска, сбора и обработки, критического анализа и синтеза информации; методикой системного подхода для решения поставленных задач
УК-2: Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений
Знает: виды ресурсов и ограничений для решения профессиональных задач; основные методы оценки разных способов решения задач; действующее законодательство и правовые нормы
Умеет: проводить анализ поставленной цели и определять круг задач, необходимых для ее достижения; анализировать альтернативные варианты достижения поставленной цели; использовать нормативно-правовую документацию
Владеет: методиками определения круга задач в рамках поставленной цели и оптимальными способами их решения; методами оценки потребности в ресурсах и влияния ограничений; навыками работы с нормативно-правовой документацией
УК-3: Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде
Знает: правила и нормы социального взаимодействия; основные понятия и методы конфликтологии, технологии межличностной и групповой коммуникации
Умеет: устанавливать и поддерживать контакты, обеспечивающие успешную работу в коллективе; применять методы социального взаимодействия для реализации своей роли и коммуникаций внутри команды
Владеет: методами и приемами социального взаимодействия и работы в команде
УК-4: Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)
Знает: принципы построения устного и письменного сообщения на русском и иностранном языках; правила и особенности деловой устной и письменной коммуникации
Умеет: осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах, методы и навыки делового общения на русском и иностранном языках
Владеет: навыками чтения и перевода текстов на иностранном языке в деловом общении; навыками деловых коммуникаций в устной и письменной форме на русском и иностранном языках

УК-5: Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах
Знает: особенности различных культур в социально-историческом, этическом и философском контексте
Умеет: толерантно воспринимать разнообразие культур в социально-историческом, этическом и философском контекстах
Владеет: навыками восприятия и общения в условиях межкультурного разнообразия 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
Знает: приемы эффективного управления собственным временем; методики саморазвития на основе принципов образования на протяжении всей жизни; основные методики анализа экономической эффективности вложений в самообразование и саморазвитие
Умеет: эффективно планировать и контролировать собственное время; использовать методы саморазвития и самообучения; анализировать экономический эффект от вложений в саморазвитие; выстраивать траекторию самообразования на основе принципов образования в течение всей жизни
Владеет: методами управления собственным временем; технологиями приобретения, использования и обновления социокультурных и профессиональных знаний, умений и навыков; методиками саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни
УК-7: Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности
Знает: роль и значение физической культуры в жизни человека и общества; научно-практические основы физической культуры, здорового образа и стиля жизни, профилактики вредных привычек
Умеет: применять на практике разнообразные средства физической культуры, спорта для сохранения и укрепления здоровья; использовать методы и средства физического воспитания для поддержания должного уровня физической подготовленности в целях обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности
Владеет: методами укрепления здоровья и поддержания должного уровня 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
Знает: теоретические основы безопасности жизнедеятельности в системе «человек – среда обитания»; правовые, нормативно-технические и организационные основы безопасности жизнедеятельности; причины, признаки и последствия реализации опасностей для человека и окружающей среды; принципы организации безопасности труда, способы и средства защиты людей и окружающей среды в условиях чрезвычайной ситуации и военных конфликтов
Умеет: идентифицировать негативные воздействия естественного, техногенного и антропогенного происхождения на среду обитания; обеспечивать безопасные условия жизнедеятельности; выявлять и устранять причины и условия возникновения чрезвычайных ситуаций; оценивать вероятность возникновения потенциальной опасности и принимать меры по ее предупреждению
Владеет: навыками создания комфортного (нормативного) состояния среды обитания в зонах трудовой деятельности и отдыха человека; навыками обеспечения безопасных условий труда, в том числе с помощью средств защиты; навыками выявления и устранения проблем, связанных с нарушениями техники безопасности и негативным воздействием на среду обитания; навыками осуществления действий по предотвращению возникновения чрезвычайных ситуаций
УК-9: Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности
Знает: источники информации для принятия экономических решений; подходы к анализу конъюнктуры рынка; основные экономические показатели, характеризующие деятельность компании; методы экономического анализа процессов и явлений в различных областях жизнедеятельности; экономический подход к управлению ресурсами и принятию решений
Умеет: проводить анализ поставленной экономической задачи; формировать систему показателей для экономического анализа принимаемых решений; применять экономические знания для анализа процессов в различных областях жизнедеятельности; обосновывать принимаемые решения с использованием экономических показателей
Владеет: навыками сбора экономической информации для обоснования и принятия решений; методами исследования экономических процессов и явлений; методами расчета основных экономических показателей; методами обоснования принимаемых решений с использованием экономических показателей.

УК-10: Способен формировать нетерпимое отношение к проявлениям экстремизма, терроризма, коррупционному поведению и противодействовать им в профессиональной деятельности	
Знает: виды современного терроризма и формы проявления экстремистской деятельности; основные принципы и направления государственной политики в области противодействия экстремистской деятельности и терроризму; нормативно-правовые документы в сфере противодействия коррупции; основные проявления коррупционного поведения и возможные варианты его предупреждения; негативные последствия коррупционного поведения; основные меры по противодействию коррупции	
Умеет: ориентироваться в современной государственной системе противодействия терроризму и экстремизму; выявлять признаки коррупционного поведения; оценивать возможные коррупционные риски; не допускать коррупционного поведения	
Владеет: правовыми методами и способами противодействия терроризму и экстремизму; навыками применения нормативных правовых актов, регламентирующих различные направления противодействия экстремизму и терроризму; навыками выявления коррупционного поведения; навыками применения предусмотренных законом мер по пресечению коррупционного поведения	
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	
Знает: принципы создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и(или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, приемы коммуникативного убеждения при создании медиатекстов и коммуникационных продуктов, в соответствии с нормами русского и иностранного языков	
Умеет: выявлять отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ	
Владеет: навыками создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов 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	
Знает: систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития	
Умеет: анализировать особенности функционирования общественных и государственных институтов в процессе осуществления профессиональной деятельности	
Владеет: навыками выбора и обоснования принципов освещения деятельности общественных и государственных институтов в различных медиа и коммуникационных средах	
ОПК-3: Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	
Знает: ключевые достижения в области отечественной и мировой культуры и их взаимосвязь с процессом создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	
Умеет: использовать многообразие достижений отечественной и мировой литературы и искусства в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	
Владеет: навыками использования многообразия 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	
Знает: основные принципы поиска информации об актуальных запросах и потребностях аудитории в процессе осуществления профессиональной деятельности	
Умеет: исследовать и характеризовать основные параметры отдельных аудиторных групп, их запросы и потребности	
Владеет: навыками создания коммуникационных продуктов на основании комплексных исследований запросов и потребностей общества и аудитории	
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	
Знает: основные тенденции развития отечественных и зарубежных медиакоммуникационных систем; специфику политических, экономических, правовых и нравственных механизмов их функционирования	
Умеет: анализировать экономические, политические, правовые и этические факторы деятельности в медиакоммуникационной сфере	
Владеет: навыками осуществления профессиональной деятельности с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования медиакоммуникационных систем	

ОПК-6: Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности	
Знает:	применяемые в профессиональной деятельности современные технические средства и информационнокоммуникационные технологии
Умеет:	применять техническое оборудование, необходимое для решения профессиональных задач
Владеет:	навыками решения профессиональных задач с применением современных цифровых устройств, платформ и программного обеспечения при создании текстов и (или) иных коммуникационных продуктов
ОПК-7: Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности	
Знает:	принципы социальной ответственности и типовые эффекты профессиональной деятельности, нормы и принципы правового и этического регулирования профессиональной деятельности
Умеет:	осуществлять отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом
Владеет:	навыками решения профессиональных задач в соответствии с нормами правового и этического регулирования, принципами социальной ответственности
ПК-1: Способен организовать работу по подготовке к сбору цифрового следа	
Знает:	структуру организации, зону ответственности и функции подразделений; внутренние правила согласования и утверждения документов; особенности работы с агрегаторами новостей, электронными подписками, социальными сетями, форумами
Умеет:	работать с большими объемами информации, использовать программное обеспечение и технические средства регулярной коммуникации, мониторинга информации и информационно-коммуникационной сети «Интернет»
Владеет:	навыками формирования запросов и получения информации, согласования и утверждения информационных материалов; мониторинга появления новой или необходимой информации внутри организации, в информационно-коммуникационной сети «Интернет»; общей оценки значимости и приоритетности получаемой информации
ПК-2: Способен управлять информацией из различных источников	
Знает:	основы предпринимательской деятельности; современные подходы к процессу управления, принципы, приемы и методы проведения социальной политики организации; основы управления персоналом и командообразования
Умеет:	формировать систему показателей эффективности управления человеческими ресурсами; применять технологии лидерства и командообразования
Владеет:	навыками формирования команды; обоснования корпоративной социальной политики; поддержания и изменения корпоративной культуры
ПК-3: Способен организовывать маркетинговые исследования в области СМИ	
Знает:	основы менеджмента; нормативные правовые акты, регулирующие деятельность в сфере информации; методы разработки стратегических решений; методы использования цифровых технологий для проведения интернет-исследований и управления большими базами данных
Умеет:	применять методы сбора и обработки информации; выполнять основные операции по поиску информации; управлять размещением цифровой информации; осуществлять постановку задач исходя из целей, выявленных проблем и возможностей с учетом особенностей стратегии взаимоотношений с клиентами исследуемого рынка; давать рекомендации по выбору каналов коммуникации
Владеет:	навыками поиска и подготовки информации для разработки стратегических решений и выбора каналов коммуникации
ПК-4: Способен разрабатывать маркетинговую стратегию для продукции СМИ	
Знает:	основы предпринимательской деятельности; основы маркетинга; принципы, методы и приемы веб-аналитики; основы бюджетирования маркетинговой деятельности; систему инструментов интернет-маркетинга
Умеет:	составлять систему показателей эффективности продвижения; анализировать соответствие выбранных каналов продвижения в ИТК сети «Интернет» общей маркетинговой стратегии; обосновывать выбор каналов продвижения с точки зрения общей эффективности работы организации на рынке
Владеет:	навыками подбора каналов продвижения в ИТК сети «Интернет»; разработки показателей эффективности продвижения в ИТК сети «Интернет»; составления стратегии продвижения в ИТК сети «Интернет»

ПК-5: Способен разрабатывать рекламные стратегии в цифровой среде, учитывая особенности целевой аудитории, рыночные условия и долгосрочные цели бизнеса	
Знает:	современные методы анализа целевой аудитории, рыночных трендов и инструменты цифрового маркетинга для обоснования стратегических решений.
Умеет:	разрабатывать и обосновывать рекламную стратегию в цифровой среде, интегрируя данные исследований с бизнес-целями компании для достижения измеримых результатов.
Владеет:	навыками формирования комплексного стратегического документа (медиаплана и брифов), включая выбор каналов, бюджетное моделирование и оценку эффективности, для успешной защиты выпускной квалификационной работы.
ПК-6: Способен организовывать работы по созданию и редактированию контента сайтов	
Знает:	нормативные, технические и редакционные требования к контенту сайта, принципы юзабилити и структурирования информации.
Умеет:	редактировать тексты, адаптировать их под целевую аудиторию, проводить контент-анализ и оптимизировать материалы для защиты выпускной работы.
Владеет:	инструментами управления сайтами, методами сбора и обработки данных для обоснования редакторских решений в выпускной квалификационной работе.

3 ВЫПОЛНЕНИЕ И КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЫ

3.1 Вид выпускной квалификационной работы

Индивидуальная

+

Групповой проект

3.2 Основные направления и тематики ВКР

1. Совершенствование структуры рекламного агентства.
2. Организация (совершенствование, управление) рекламной деятельности (деятельности по связям с общественностью) в компании на российском рынке.
3. Коммуникационный менеджмент (совершенствование, управление) в рекламных структурах организации (на примере рекламного агентства или отдела/подразделения рекламы/PR).
4. Организация работы (совершенствование, управление) промоперсонала BTL акции/рекламы для торговой марки или в отделе BTL проектов агентства.
5. Организация промо-мероприятий (совершенствование, управление) для торгового предприятия / торговой марки.
6. Планирование рекламной кампании (совершенствование, управление) в Интернете (или определенный носитель) на примере торговой марки.
7. Организация special events на рынке (...) или компании.
8. Организация корпоративных мероприятий, как элемента корпоративной культуры в организации.
9. Оптимизация (совершенствование) внутрикорпоративных (внутренних) коммуникаций в компании.
10. Совершенствование (управление) корпоративных медиа как элемент внутренней коммуникации или инструмента конкурентного преимущества.
11. Планирование/организация/(совершенствование, управление) промо-мероприятия (spetial events, культурного, спортивного, зрелищного события) для продвижения торговой марки на рынке.
12. Управление (совершенствование) коммуникациями с потребителями в компании с помощью директ-маркетинга.
13. Управление (совершенствование) корпоративной репутацией методами паблик рилейшнз.
14. Управление (совершенствование) создание бренда на арт рынке/музыкальном рынке/спортивном рынке.
15. Управление (совершенствование) поведением покупателя в торговом зале с помощью маркетинговых коммуникаций.
16. Управление (совершенствование) медиа-агентствами в Интернет.
17. Разработка PR-стратегий сегментации и позиционирования бренда.
18. Продвижение бренда компании средствами PR (на примере..)
19. Разработка (или совершенствование) программы продвижения (рекламной кампании, информационной, коммуникационной кампании) торговой марки на российском рынке.
20. Разработка (или совершенствование) программы продвижения (рекламной кампании, информационной, коммуникационной кампании) на основе коммуникационного/рекламного проекта/ креативной концепции/ брифа/ продукта (рекламный ролик на ТВ, радио, печатная, наружная, мобильная, брендбук и пр. реклама и PR-продукты и проекты). Разработка/ формирование фирменного стиля компании.
21. Разработка программы ребрендинга/ кобрендинга/ коллаборационных проектов (как фактора конкурентного преимущества/ инструмента в конкурентной борьбе/ стимулирования сбыта).
22. Разработка программы коммуникаций для создания конкурентного преимущества торговой марки/ компании или на рынке.

23. Создание конкурентных преимуществ для международной торговой марки с помощью интегрированных (рекламных) коммуникаций/ ребрендинга/ кобрендинга/ коллаборационных проектов.

24. Разработка (или совершенствование) программы продвижения (рекламной кампании, коммуникационной кампании) российской торговой марки.

25. Разработка (совершенствование, управление) рекламной стратегии/ платформы бренда/ медиаплана для размещения (на канале), для торговой марки.

26. Разработка (совершенствование, управление) digital (партизанской, вирусной рекламы и проектов).

27. Разработка (совершенствование, управление) инновационных методов сбора информации на рекламном рынке.

28. Повышение (совершенствование, управление) эффективности коммуникационных программ с помощью кросс-промоушена.

29. Формирование (совершенствование, управление) имиджа марки с помощью инновационных коммуникативных решений.

30. Формирование (совершенствование, управление) фирменного стиля (имиджа) с помощью сувенирной рекламы.

31. Разработка (совершенствование, управление) проекта digital коммуникаций для международной торговой марки.

32. Повышение эффективности коммуникационных программ с помощью digital коммуникаций.

33. Организация сбора информации (исследования/ аналитического этапа) для разработки коммуникационной кампании.

34. Организация (совершенствование, управление) исследования для оценки эффективности/ эффективности коммуникационной кампании.

35. Разработка (совершенствование, управление) художественных решений (макеты, композиции, изображения, типографики) рекламы, PR в коммуникационных проектах и кампаниях на рынке.

36. Разработка (совершенствование, управление) рекламной кампании в сети Интернет.

37. Оптимизация (совершенствование, управление) сайта как коммуникационного ресурса компании в сети Интернет.

38. Продвижение (совершенствование, управление) рекламного агентства (торговой марки) в сети Интернет.

39. Продвижение (совершенствование, управление) торговой марки через социальные сети.

40. Совершенствование (управление) социальных сетей при продвижении продукта.

41. Совершенствование (управление) on-line игр при продвижении продукта.

42. Разработка вирусной рекламы в сети Интернет.

43. Формирование (совершенствование, управление) арт-рынка с помощью Интернет-коммуникаций.

44. Организация прямой рекламы для продвижения международной торговой марки.

45. Оценка (совершенствование, управление) эффективности коммуникационной/ рекламной кампании в сети Интернет.

46. Оценка (совершенствование, управление) эффективности коммуникационной/ рекламной кампании на разных носителях (в СМИ, BTL).

47. Организация (совершенствование, управление) тестирования рекламного продукта как ресурс повышения эффективности.

48. Оценка эффективности социальной рекламы.

49. Аудит (совершенствование, управление, организация контроля) системы рекламных коммуникаций в торговом зале.

50. Аудит (совершенствование, управление, организация контроля) за реализацией BTL проектов.

51. Формирование (управление) целевой аудитории при планировании и реализации коммуникационной программы/проекта (PR/рекламной).

52. Формирование (совершенствование, управление) имиджа государства России (региона, территории) на мировой арене.

53. Совершенствование (управление) PR коммуникаций в маркетинговой политики международной компании.

54. Совершенствование (управление) визуальным мерчендайзингом торговых марок (товарного сегмента, на рынке).

55. Разработка (совершенствование, управление) коммуникационной стратегии персоны в ШОУ-БИЗНЕСЕ.

56. Продвижение индивидуального музыкального проекта (продукта) на рынке средствами рекламы и PR.

57. Организация (совершенствование, управление) продажи рекламного времени (рекламных площадей, коммуникационных площадок) и т.п.

58. Выставочные арт-проекты как коммуникационный ресурс современного рынка.

59. Совершенствование (управление) интегрированными коммуникациями на рынке «Х».

60. Стимулирование сбыта с помощью ребрендинга.

61. Управление имиджем торговой марки с помощью ребрендинга.

62. Внедрение (совершенствование, управление) игровых форм рекламных коммуникаций.

63. Продвижение международных торговых марок через спонсорство/поддержку (спорта, культуры, искусство, благотворительность).

64. Совершенствование (управление) Digital-технологиями рекламной коммуникации.

65. Регулирование рекламной и (или) PR деятельности (на отдельных рынках, сферах).

66. Разработка принципов социальной ответственности в рекламной деятельности.

67. Совершенствование социальной ответственности в рекламной деятельности

- 68. Разработка (совершенствование, управление) креативного решения/ стратегии для торговой марки.
- 69. Разработка (совершенствование) управления имиджем организации, персонала.
- 70. Разработка (совершенствование) репутации компании, организации, лица, персоны.
- 71. Совершенствование маркетинговых коммуникаций на B2B рынке для продвижения иностранного продукта на российский рынок.

3.3 Организация руководства ВКР

регламентируется локальным нормативным актом СПбГУПТД «Положение о государственной итоговой аттестации по образовательным программам высшего образования»

3.4 Требования к ВКР и порядку их выполнения

3.4.1 Требования к содержанию, объему и структуре ВКР

Объем выпускной квалификационной работы должен составлять не менее 50-ти и не более 90 страниц основного текста (без приложений).

Количество разделов (глав) ВКР должно быть два или три. Каждый раздел должен включать от 3-х до 5-ти параграфов, последний параграф каждого раздела представляет собой выводы по разделу. Все разделы (главы) ВКР должны быть примерно одинаковы по объему, могут содержать таблицы, рисунки, графики, диаграммы.

Содержание выпускной квалификационной работы должно представлять определенную новизну и практическую значимость.

Текст выпускной квалификационной работы должен содержать:

- оглавление;
- введение (с обоснованием актуальности темы, цель, задачи, предмет и объект исследования);
- теоретическую часть, содержащую анализ существующих подходов к решению исследуемой проблемы;
- аналитическую часть, содержащую анализ объекта исследования;
- практическую часть, в которой описаны предполагаемые автором выпускной квалификационной работы пути решения поставленных задач (либо содержание проектов); результаты проектов, апробация предлагаемых решений (разработанных проектов);
- заключение, содержащее краткое описание результатов работы и основные выводы.
- список использованных источников (не менее 30-ти);
- приложение.

3.4.2 Правила оформления ВКР

Структурные элементы ВКР: титульный лист, реферат, содержание, введение, разделы (главы), заключение, список использованных источников (не менее 30-ти), приложения.

ВКР печатается на принтере, шрифт Times New; 14 кегль; интервал 1,5; абзац, с выравниванием по ширине с отступом 1, 25 см; поля листа: слева - , 3 см, справа – 1, 5, остальные 2,0 см; без переносов, на титульном листе указывается а) министерство, б) название университета, в) тема ВКР, в) ФИО автора, г) ФИО руководителя.

Готовая ВКР в распечатанном виде сдается на выпускающую кафедру за неделю до даты защиты. К ВКР прилагается отзыв научного руководителя с его подписью, а также справка об успешном прохождении проверки ВКР в системе Антиплагиат-вуз.

Выпускная работа должна быть подписана: а) исполнителем; б) научным руководителем и иметь визу заведующего выпускающей кафедры.

ВКР на защиту представляется в сшитом виде, к ней прилагается подписанный диск с текстом ВКР в формате Word и PDF.

К защите ВКР также необходимо подготовить компьютерную презентацию MS PowerPoint. При подготовке презентации следует использовать брендбук ВШТЭ. Размер шрифта для подписей и основных заключений рекомендуется использовать не меньше 24. Необходимо помнить, что на прочтение каждой иллюстрации требуется время, поэтому даже при хорошо отрепетированном 10-минутном докладе не целесообразно показывать более 13 слайдов; остальные иллюстрации можно заготовить для ответа на вопросы).

3.5 Порядок выполнения ВКР и подготовки текста ВКР для размещения в ЭБС

Выпускник обязан пройти следующие этапы работы над выпускной квалификационной работой:

- встреча с научным руководителем и определение темы ВКР (встреча проходит во время последней сессии);

- работа с научным руководителем над теоретической частью ВКР и прохождение двух коллоквиумов на кафедре рекламы и современных коммуникаций с результатами работы над ВКР, по окончании преддипломной практики обучающиеся должны отчитываться по итогам практики (о завершении экспериментальной части ВКР, ее апробации, анализе результатов и оценки эффективности);

- прохождение предзащиты выпускной квалификационной работы.

Руководитель дает качественную оценку выпускной квалификационной работе, кроме того, в своем отзыве отмечает степень самостоятельности соискателя, наличие у него творческого подхода к решению поставленных задач.

Выпускная квалификационная работа должна пройти проверку на самостоятельность выполнения по системе «Антиплагиат-вуз» в соответствии с требованиями вуза и на основе положения «Об обеспечении самостоятельности выполнения письменных работ обучающихся на основе системы «Антиплагиат» утвержденном на ученом совете университета в 2019 г. Далее проводится процедура Нормоконтроля для оценки правильности оформления ВКР.

Подписанную выпускную квалификационную работу заведующий кафедрой РиСК направляет в государственную аттестационную комиссию для защиты.

3.6 Критерии оценивания результатов выполнения и защиты ВКР

Шкала оценивания	Критерии оценивания сформированности компетенций
5 (отлично)	Актуальность темы; глубина анализа существующих подходов и корректность постановки задачи профессионально-педагогической направленности; обоснованность выбора метода решения задачи профессионально-педагогической направленности; обоснованность использования инструментальных средств различного типа (компьютерных программ, теоретических моделей и пр.); ясность, четкость, последовательность и обоснованность этапов решения поставленных задач; качество оформления пояснительной записки (грамотность изложения, соответствие стандартам); соответствие критериям новизны; практическая значимость результатов работы, в том числе возможность использования для совершенствования учебного процесса в учреждениях системы профессионального образования
4 (хорошо)	Имеются отдельные недостатки либо в анализе существующих подходов к решению исследуемой проблемы, либо в практической части выпускной квалификационной работы, либо в ее оформлении, либо в процессе защиты недостаточно полно и четко представлены результаты работы.
3 (удовлетворительно)	Имеются отдельные существенные недостатки в либо в анализе существующих подходов к решению исследуемой проблемы, либо в практической части выпускной квалификационной работы, либо в ее оформлении, а также в процессе защиты недостаточно конкретно представлена сущность работы, выпускник испытывал затруднения при ответах на вопросы комиссии.
2 (неудовлетворительно)	Имеются существенные недостатки в выпускной квалификационной работе, в процессе защиты выпускник не представил результатов выпускной квалификационной работ, не ответил на вопросы комиссии.

4 ПОРЯДОК ПРОВЕДЕНИЯ ЗАЩИТЫ ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЫ

4.1 Процедура защиты ВКР

Процедура проведения государственной итоговой аттестации регламентируются разделом 6 локального нормативного акта СПбГУПТД «Положение о государственной итоговой аттестации по образовательным программам высшего образования».

Защита ВКР происходит следующим образом:

- председатель ГАК после открытия заседания объявляет о защите ВКР;
- секретарь ГАК объявляет фамилию обучающегося, зачитывает тему ВКР, фамилию руководителя и предоставляет слово обучающемуся;
- обучающийся делает сообщение продолжительностью до 10 минут, в котором в сжатой форме обосновывает актуальность темы исследования, излагает основное содержание, результаты исследования и выводы, обосновывает практическую значимость исследования;
- обучающийся отвечает на вопросы членов ГАК и, с разрешения председателя ГАК, присутствующих на защите других лиц;
- руководитель, если он присутствует на защите, дает отзыв о работе обучающегося, либо отзыв руководителя зачитывает секретарь ГАК;
- присутствующим на защите предоставляется возможность выступить;
- обучающемуся предоставляется возможность ответить на замечания, высказанные в выступлениях присутствующих на защите, согласиться с замечаниями или обоснованно опровергнуть их.

При подготовке доклада к защите ВКР необходимо учесть некоторые особенности:

В докладе необходимо четко назвать цель и задачи исследования, основную часть доклада посвятить собранному материалу, т.е. результатам работы. Подытоживается доклад выводами из работы.

Как правило, доклад сопровождается компьютерной презентацией MS PowerPoint. При подготовке презентации следует использовать брендбук ВШТЭ. Размер шрифта для подписей и основных заключений рекомендуется использовать не меньше 24. Необходимо помнить, что на прочтение каждой иллюстрации требуется время, поэтому даже при хорошо отрепетированном 10-минутном докладе не целесообразно показывать более 13 слайдов; остальные иллюстрации можно заготовить для ответа на вопросы).

4.2 Особенности процедуры защиты ВКР для лиц с ограниченными возможностями здоровья

Особенности проведения государственной аттестации для лиц с ограниченными возможностями здоровья регламентируются разделом 7 локального нормативного акта СПбГУПТД «Положение о государственной итоговой аттестации по образовательным программам высшего образования».

4.3 Порядок подачи и рассмотрения апелляций

Процедура апелляции по результатам государственных аттестационных испытаний регламентируется разделом 8 локального нормативного акта СПбГУПТД «Положение о государственной итоговой аттестации по образовательным программам высшего образования».

5. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЫ

5.1 Учебная литература

Автор	Заглавие	Издательство	Год издания	Ссылка
5.1.1 Основная учебная литература				
Лукашук, О. А., Строганов, Ю. Н., Булатова, Д. С.	Выпускная квалификационная работа бакалавра	Екатеринбург: Издательство Уральского университета	2018	http://www.iprbookshop.ru/106354.html
Коробова, О. А., Кунц, А. Л., Козлинская, Л. А., Липовская, Т. А., Максименко, Л. А., Федорова, Т. М.	Выпускная квалификационная работа бакалавра	Новосибирск: Новосибирский государственный архитектурно-строительный университет (Сибстрин), ЭБС АСВ	2016	https://www.iprbookshop.ru/68758.html
5.1.2 Дополнительная учебная литература				
Козлинская, Л. А., Коробова, О. А., Кунц, А. Л., Липовская, Т. А., Максименко, Л. А., Федорова, Т. М.	Выпускная квалификационная работа бакалавра	Новосибирск: Новосибирский государственный архитектурно-строительный университет (Сибстрин), ЭБС АСВ	2016	https://www.iprbookshop.ru/68759.html
Коробова, О. А., Кунц, А. Л., Козлинская, Л. А., Липовская, Т. А., Максименко, Л. А., Федорова, Т. М.	Выпускная квалификационная работа бакалавра	Новосибирск: Новосибирский государственный архитектурно-строительный университет (Сибстрин), ЭБС АСВ	2016	http://www.iprbookshop.ru/68758.html

5.2 Перечень профессиональных баз данных и информационно-справочных систем

1. Электронно-библиотечная система IPRbooks (<http://www.iprbookshop.ru>).
2. Электронная библиотека учебных изданий СПбГУПТД (<http://publish.sutd.ru>).
3. «Педагогическая библиотека» [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.pedlib.ru/>.

5.3 Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения

Microsoft Windows 8
Microsoft Office Professional 2013

5.4 Описание материально-технической базы, необходимой для подготовки к процедуре защиты и защиты ВКР

Аудитория	Оснащение
Лекционная аудитория	Мультимедийное оборудование, специализированная мебель, доска