

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования
"Казанский (Приволжский) федеральный университет"
Институт социально-философских наук и массовых коммуникаций
Высшая школа журналистики и медиакоммуникаций



УТВЕРЖДАЮ

Проректор по образовательной деятельности КФУ
проф. Таюрский Д.А.

"__" _____ 20__ г.

Программа государственного экзамена

Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена Б3.Г.01

Направление подготовки: 42.04.01 - Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки: Медиааналитика

Квалификация выпускника: магистр

Форма обучения: очное

Язык обучения: русский

Год начала обучения по образовательной программе: 2019

Автор(ы): Лаптев В.В.

Рецензент(ы): Морозова Г.В.

СОГЛАСОВАНО:

Председатель Учебно-методической комиссии Института социально-философских наук и массовых коммуникаций: Морозова Г. В.

Протокол заседания УМК No ____ от "____" _____ 20__ г.

Содержание

1. Компетенции, освоение которых проверяется государственным экзаменом
2. Объем подготовки к сдаче и сдачи государственного экзамена в зачетных единицах и часах
3. Форма проведения государственного экзамена
4. Перечень вопросов к государственному экзамену с указанием проверяемых компетенций
5. Критерии оценивания ответов обучающихся на государственном экзамене
6. Нормативные документы, на основании которых разработана программа государственного экзамена
7. Литература
8. Особенности проведения государственного экзамена для обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья

Программу государственного экзамена разработал(а)(и) доцент, к.н. (доцент) Лаптев В.В. (Кафедра связей с общественностью и прикладной политологии, Высшая школа журналистики и медиакоммуникаций),
Valentin.Laptev@kpfu.ru

1. Компетенции, освоение которых проверяется государственным экзаменом

Выпускник должен обладать следующими компетенциями:

Шифр компетенции	Расшифровка приобретаемой компетенции
ОПК-1	Способен планировать, организовывать и координировать процесс создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, отслеживать и учитывать изменение норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем
ОПК-2	Способен анализировать основные тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах
ОПК-3	Способен анализировать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов
ОПК-4	Способен анализировать потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты
ОПК-5	Способен для принятия профессиональных решений анализировать актуальные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования
ОПК-6	Способен отбирать и внедрять в процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии
ОПК-7	Способен оценивать и прогнозировать возможные эффекты в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности
ПК-1	способен управлять процессами стратегического планирования, подготовки, творческой проработки и реализации коммуникационных программ и мероприятий, обеспечивать их качество и эффективность
ПК-10	способен оценивать качество и эффективность проектов с учетом возможностей использования современных методов их реализации, контроля и корректировки
ПК-11	способен использовать элементы экономического анализа в практической деятельности и разрабатывать технико-экономические обоснования проектов
ПК-12	способен руководить подготовкой и проведением количественных и качественных исследований
ПК-13	способен разрабатывать планы, программы и другие материалы прогнозно-аналитического характера
ПК-14	способен ставить задачи исследования, выбирать методы экспериментальной работы, подготавливать базу для научных исследований
ПК-15	способен применять в исследованиях основные концепции и принципы самоорганизации, эволюции, воспроизводства и развития систем, учитывать их динамику и тенденции

Шифр компетенции	Расшифровка приобретаемой компетенции
ПК-16	способен интегрировать знания, формировать суждения и принимать решения на основе неполной и ограниченной информации
ПК-17	способен решать концептуальные и прикладные задачи в широком или междисциплинарном контексте
ПК-18	способен к анализу и синтезу, научным обобщениям, выводам и аргументированию соображений, выдвижению новых идей, в том числе в исследовательском контексте
ПК-19	способен интерпретировать и представлять результаты научных исследований, составлять практические рекомендации на их основе, выдвигать принципиально новые гипотезы, прогнозировать тенденции
ПК-2	способен осуществлять корректировку и контроль коммуникационных программ и мероприятий
ПК-3	способен разрабатывать стратегические концепции и бизнес-планы проектов, осуществлять руководство проектной деятельностью
ПК-4	способен определять стратегические цели и руководить проектированием, планированием, подготовкой и реализацией коммуникационных кампаний и мероприятий
ПК-5	способен оценивать затраты и результаты деятельности организации
ПК-6	способен управлять деятельностью коллектива, планировать его работу, обеспечивать ее эффективность
ПК-7	способен работать с персоналом, оценивать производительность и качество его труда, устранять конфликты, обеспечивать сплоченность коллектива, толерантность
ПК-8	способен разрабатывать эффективную стратегию и формировать политику риск-менеджмента на предприятии, оперативно принимать решения в кризисных ситуациях
ПК-9	способен разрабатывать планы и программы инновационной деятельности, технико-экономические обоснования инновационных проектов, бизнес-планы проектов, задания на их разработку, осуществлять руководство проектной деятельностью
УК-1	Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, выработать стратегию действий
УК-2	Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла
УК-3	Способен организовывать и руководить работой команды, выработывая командную стратегию для достижения поставленной цели
УК-4	Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия
УК-5	Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия
УК-6	Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки

2. Объем подготовки к сдаче и сдачи государственного экзамена в зачетных единицах и часах

Общая трудоемкость составляет 3 зачетных(ые) единиц(ы) на 108 часа(ов).

3. Форма проведения государственного экзамена

К государственному экзамену допускаются лица, завершившие полный курс обучения по образовательной программе и успешно прошедшие все предшествующие аттестационные испытания, предусмотренные учебным планом.

Форма проведения государственного экзамена - комплексный междисциплинарный экзамен по направлению подготовки 42.04.01 - Реклама и связи с общественностью (Медиааналитика), который проводится в устной форме и включает вопросы и задания по билетам в целом по соответствующему направлению подготовки. Экзаменационный билет содержит в себе три вопроса. На подготовку ответов на содержащиеся в экзаменационном билете вопросы выделяется до одного академического часа.

4. Перечень вопросов к государственному экзамену с указанием проверяемых компетенций

Номер вопроса	Формулировка вопроса	Компетенции, освоение которых проверяется вопросом
1.	Предмет и объект исследования в сфере управления социальными процессами	ОПК-1
2.	История развития исследования в сфере управленческих отношений	ОПК-2
3.	Техники и технологии исследований в системе управленческих коммуникаций.	ОПК-3
4.	Методологические принципы анализа сферы управленческих отношений	ОПК-4
5.	Виды и формы исследований в сфере управления	ОПК-5
6.	Понятие информационной базы анализа.	ОПК-6
7.	Основные виды данных.	ОПК-7
8.	Роль исследовательской деятельности в функционировании системы управления	ОПК-7
9.	Виды и формы исследований в сфере управленческой деятельности	ПК-1
10.	Приведите примеры исследований в современном коммуникационном поле.	ПК-10
11.	Структура органов государственной власти РФ	ПК-11
12.	Основные тенденции развития политической сферы жизни современной России.	ПК-12
13.	Лоббизм как неотъемлемое явление общественной и политической жизни.	ПК-13
14.	Правовые и социальные характеристики коррупции. Ее проявления в сфере лоббирования интересов.	ПК-14
15.	Кодексы этики поведения государственных служащих. Корпоративная этика лоббиста.	ПК-15
16.	Правовые основы лоббистской деятельности в США и Европейском Союзе и их внедрение в практику российского законодательства.	ПК-16
17.	Сущность и формы международного лоббизма. Транснациональные промышленно-финансовые корпорации и международные фонды как субъекты международной лоббистской деятельности.	ПК-17
18.	Основные этапы подготовки и проведения PR-кампании.	ПК-18
19.	Особенности экономической PR-кампании.	ПК-19
20.	Особенности политической PR-кампании.	ПК-2
21.	Механизмы выбора и методы работы со СМИ в рамках PR-кампании.	ПК-3
22.	Проведение PR-кампании по RACE-формуле.	ПК-4

Номер вопроса	Формулировка вопроса	Компетенции, освоение которых проверяется вопросом
23.	Шестиэтапная модель планирования PR-кампании.	ПК-5
24.	Целевая аудитория в PR-кампании.	ПК-6
25.	Этапы подготовки и участия в выставке/ярмарке.	ПК-7
26.	Оценка эффективности PR-кампании.	ПК-8
27.	Сходства и различия рекламных кампаний от кампаний в сфере связей с общественностью.	ПК-9
28.	Группы PR-средств, используемые в кампаниях в сфере связей с общественностью.	УК-1
29.	Роль PR и рекламы в современном мире.	УК-2
30.	PR и реклама в Интернете.	УК-3
31.	Качества и функции PR и рекламных специалистов.	УК-4
32.	Формы рекламных и PR-структур организаций.	УК-5
33.	PR в финансовой сфере.	УК-6
34.	PR - технологии и политическая реклама на выборах.	ОПК-1
35.	PR-деятельность как индустрия в различных странах мира.	ОПК-2
36.	Типология рекламы.	ОПК-3
37.	Сущность и отличительные особенности связей с общественностью. PR в системе социальных технологий.	ОПК-4
38.	Психологические эффекты и приемы манипуляции современных СМИ.	ОПК-5
39.	PR-технологии: разновидности и базовые инструменты.	ПК-10
40.	Современные избирательные технологии в сфере связей с общественностью	ОПК-6
41.	Теория и практика политических манипуляций в современном мире	ПК-10
42.	Social Media в PR-деятельности организации	ПК-14
43.	Технология рекламно-информационного воздействия при проведении рекламных и PR-кампаний	ПК-14
44.	Особенности технологий связей с общественностью и рекламы в сфере науки, образования и культуры	ПК-4
45.	Особенности технологий связей с общественностью и рекламы в сфере туризма и спорта	ПК-18
46.	Особенности PR-технологий в сфере производства, торговли, услуг	ОПК-5
47.	Философия науки как особое направление в философии XX в.	ПК-15
48.	Этические и социальные проблемы философии науки.	ПК-18
49.	Эмпиризм (индуктивизм) как методология научной деятельности.	ПК-3
50.	Рационализм (теоретизм, дедуктивизм) как модель научной деятельности.	ПК-9
51.	Проблематизм как модель научной деятельности.	ПК-2

Номер вопроса	Формулировка вопроса	Компетенции, освоение которых проверяется вопросом
52.	Эмпирические методы научного исследования. Особенности эмпирических методов в социально-гуманитарном познании.	УК-2
53.	Инновационный менеджмент: понятие, цели, задачи, функции, основные проблемы.	ПК-17
54.	Инновационный менеджмент и стратегическое управление.	ОПК-5
55.	Проектный подход к управлению, его содержание	ПК-3
56.	Виды рисков, возникающих при реализации инновационного проекта	ПК-9
57.	Основные уровни организационных изменений в инновационных проектах	ПК-7
58.	Основные принципы управления организационными изменениями в сфере инноваций	УК-1
59.	Подходы и инструменты оценки эффективности реализации инновационных проектов	УК-3
60.	Авторитет и репутация ? соотношение понятий.	ОПК-4
61.	Сущность репутации как стратегического корпоративного актива.	ПК-18
62.	Основные целевые аудитории репутации.	ПК-13
63.	Финансовые компоненты репутации.	УК-1
64.	Рыночные компоненты репутации	ПК-8
65.	Корпоративные компоненты репутации	ПК-5
66.	Социальные компоненты репутации	ПК-4
67.	Инструменты оценки эффективности коммуникационной активности компании.	ПК-18
68.	Основные задачи репутационного мониторинга.	ПК-15
69.	Пути снижения современных репутационных рисков.	ОПК-6
70.	Закономерности функционирования общественного мнения.	ПК-7
71.	Проблемы и методы изучения общественного мнения.	УК-1
72.	Теории общественного мнения.	ПК-3
73.	Способы манипуляции общественным мнением.	ПК-19
74.	Теория ?Лидеров мнений? П. Лазарсфельда и Р. Мертона.	УК-4
75.	Теория ?Повестки дня? и ее значение в управлении общественным мнением.	ПК-16
76.	Концепция ?публичных арен?.	ПК-11
77.	Суггестивные технологии влияния на сознание индивида и общества.	УК-6
78.	Концепция общественного мнения У. Липпмана.	ПК-2
79.	Открытие ?Спираль молчания? Э.-Н. Нойман и ее значение в общей концепции общественного мнения.	ПК-6
80.	Представления об общественном мнении П. Бурдьё.	ПК-19
81.	Концепция общественного мнения Гегеля.	ПК-13

Номер вопроса	Формулировка вопроса	Компетенции, освоение которых проверяется вопросом
82.	Технологии институционализации общественного мнения.	УК-1
83.	Понятие и основные задачи мониторинга СМИ.	ПК-2
84.	Методологический и методический опыт изучения общественного мнения институтом Гэллапа	ПК-1
85.	Фокус-группа при исследовании общественного мнения.	ПК-9
86.	Контент-аналитическое исследование и методика его проведения.	ОПК-7
87.	Пропаганда, агитация и реклама в формировании общественного мнения.	ПК-10
88.	Структура кампании по управлению общественным мнением.	ОПК-2
89.	PR в системе социальных технологий.	ОПК-6
90.	Детерминирующие характеристики субъекта общественного мнения и их учет в формировании программы управления общественным мнением.	ПК-10

5. Критерии оценивания ответов обучающихся на государственном экзамене

Отлично	Хорошо	Удовлетворительно	Неудовлетворительно
Оценка "отлично" ставится при полных, исчерпывающих, аргументированных ответах на все основные и дополнительные экзаменационные вопросы. Ответы должны отличаться логической последовательностью, четкостью в выражении мыслей и обоснованностью выводов, демонстрирующим знание нормативно-правовых актов, современной литературы, понятийного аппарата и умения пользоваться ими при ответе.	Оценка "хорошо" ставится при полных, исчерпывающих, аргументированных ответах на все основные и дополнительные экзаменационные вопросы. Ответы должны отличаться логичностью, последовательностью, четкостью, знанием понятийного аппарата и литературы по теме при незначительных упущениях при ответах.	"удовлетворительно" ставится при неполных и слабо аргументированных ответах, демонстрирующих общее представление и элементарное понимание существа поставленных вопросов, понятийного аппарата и обязательной литературы.	"неудовлетворительно" ставится при незнании и непонимании обучающимися существа экзаменационных вопросов.

6. Нормативные документы, на основании которых разработана программа государственного экзамена

Федеральный закон Российской Федерации от 29 декабря 2012 года № 273-ФЗ "Об образовании в Российской Федерации".

Порядок проведения государственной итоговой аттестации по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета и программам магистратуры (утвержден приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 29 июня 2015 №636).

Порядок организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры (утвержден приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 5 апреля 2017 года №301).

Устав федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего образования "Казанский (Приволжский) федеральный университет", утвержденный приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 13 июля 2015 года №714.

Регламент государственной итоговой аттестации обучающихся федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего образования "Казанский (Приволжский) федеральный университет" от 30 декабря 2016 года № 0.1.1.67-06/248/16.

Регламент проведения государственного экзамена и защиты выпускной квалификационной работы с применением электронного обучения, дистанционных образовательных технологий в федеральном государственном автономном образовательном учреждении высшего образования "Казанский (Приволжский) федеральный университет" от 31 марта 2017 года № 0.1.1.67-07/59-г.

7. Литература

1. Чумиков А.Н., Реклама и связи с общественностью: профессиональные компетенции [Электронный ресурс]: учебное пособие / Чумиков А.Н., Бочаров М.П., Самойленко С.А. - М.: Дело, 2016. - 520 с. - ISBN 978-5-7749-1135-6
- Режим доступа: <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785774911356.html>
2. Чумиков А.Н., Реклама и связи с общественностью: Имидж, репутация, бренд: Учеб. пособие для студентов вузов [Электронный ресурс] / Чумиков А.Н. - М. : Аспект Пресс, 2016. - 159 с. (Серия 'Учебник нового поколения') ISBN 978-5-7567-0819-6 - Режим доступа: <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785756708196.html>
3. Бренд-менеджмент : учеб. пособие / О.Г. Кузьмина. ? М. : РИОР : ИНФРА-М, 2018. - 176 с. Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/939859>
4. Рекламный менеджмент: Учебное пособие / В.А. Поляков, А.А. Романов. - М.: КУРС: НИЦ ИНФРА-М, 2018. - 352 с. Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/961748>
5. Мандель Борис Рувимович PR: методы работы со средствами массовой информации : учеб. пособие / Б.Р. Мандель. - 2-е изд., испр. и доп. ? М. : Вузовский учебник : ИНФРА-М, 2018. - 238 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/961413>

8. Особенности проведения государственного экзамена для обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья

При необходимости в образовательном процессе применяются следующие методы и технологии, облегчающие подготовку к сдаче и сдачу государственного экзамена обучающимися инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья:

- создание текстовой версии любого нетекстового контента для его возможного преобразования в альтернативные формы, удобные для различных пользователей;
- создание контента, который можно представить в различных видах без потери данных или структуры, предусмотреть возможность масштабирования текста и изображений без потери качества, предусмотреть доступность управления контентом с клавиатуры;
- создание возможностей для обучающихся воспринимать одну и ту же информацию из разных источников - например, так, чтобы лица с нарушениями слуха получали информацию визуально, с нарушениями зрения - аудиально;
- применение программных средств, обеспечивающих возможность освоения навыков и умений, формируемых дисциплиной, за счёт альтернативных способов, в том числе виртуальных лабораторий и симуляционных технологий;
- применение дистанционных образовательных технологий для организации консультаций;
- применение дистанционных образовательных технологий для организации государственного экзамена;
- создание (при необходимости) специализированных фондов оценочных средств, адаптированных для обучающихся инвалидов и лиц с ОВЗ;
- для обучающихся инвалидов и лиц с ОВЗ предоставляется право выбора, с учетом индивидуальных психофизических особенностей, формы проведения текущей и итоговой аттестации (устно, письменно, с использованием технических средств, в форме тестирования и др.);
- для подготовки ответов на экзамене промежуточной и итоговой аттестации обучающимся с ОВЗ и инвалидам могут быть предоставлены специальные технические средства, возможно привлечение ассистентов;
- увеличение продолжительности сдачи государственного экзамена, проводимого в письменной форме, - не более чем на 90 минут;
- увеличение продолжительности подготовки обучающегося к ответу на государственном экзамене, проводимом в устной форме, - не более чем на 20 минут.

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО и учебным планом по направлению 42.04.01 "Реклама и связи с общественностью" и магистерской программе Медиааналитика .