

В соответствии с приказом Министерства спорта Российской Федерации от 21.07.2022 №612 «О переименовании Федерального государственного образовательного учреждения высшего образования «Российский государственный университет физической культуры, спорта, молодёжи и туризма (ГЦОЛИФК)» и о внесении изменений в устав Федерального государственного образовательного учреждения высшего образования «Российский государственный университет физической культуры, спорта, молодёжи и туризма (ГЦОЛИФК)» считать Федеральное государственное образовательное учреждение высшего образования «Российский государственный университет физической культуры, спорта, молодёжи и туризма (ГЦОЛИФК)» (РГУФКСМИТ) с **21 июля 2022 года** Федеральным государственным бюджетным образовательным учреждением высшего образования «Российский университет спорта «ГЦОЛИФК» (РУС «ГЦОЛИФК»).

На основании решения Ученого совета Федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Российский университет спорта «ГЦОЛИФК» (далее – РУС «ГЦОЛИФК») от 25.06.2024 г. (протокол №159) внести изменения в следующие разделы основных образовательных программ - бакалавриат (далее – ООП), реализуемых в РУС «ГЦОЛИФК»: общую характеристику основной образовательной программы (основной профессиональной образовательной программы), рабочие программы дисциплин (модулей), программу государственной итоговой аттестации, оценочные материалы (фонд оценочных средств) – компетенцию **УК-5 «Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этническом и философском контекстах»** дополнить следующим индикатором достижения компетенции:

УК-5.11 Эффективно применяет рефлексивные практики для осмысления результатов и присвоения опыта реализации социально-ориентированных проектов; осознания взаимосвязей между академическими знаниями, гражданственности и позитивными социальными изменениями.

На основании решения Ученого совета Федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Российский университет спорта «ГЦОЛИФК» (далее – РУС «ГЦОЛИФК») от 25.04.2023 г. (протокол №141) внести изменения в основные образовательные программы - бакалавриат (далее - ООП), реализуемые в РУС «ГЦОЛИФК» в части:

1. Требованиям к результатам освоения программы: компетенцию УК-10 читать в следующей редакции *«Способен формировать нетерпимое отношение к проявлениям экстремизма, терроризма, коррупционному поведению и противодействовать им в профессиональной деятельности»;*
2. Результатов обучения: *Дополнить индикаторы достижения компетенции УК-10 следующими индикаторами:*

УК-10.4 Знает значение основных правовых категорий, сущность экстремистского, террористического, коррупционного поведения, формы его проявления в различных сферах общественной жизни

УК-10.5 Умеет формировать гражданскую позицию, нетерпимое отношение к проявлениям экстремизма, терроризма, коррупционному поведению

УК-10.6 Способен осуществлять социальную и профессиональную деятельность на основе развитого правосознания, сформированной правовой культуры, противодействия экстремизму и терроризму, антикоррупционного поведения

На основании решения Ученого совета Федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Российский университет спорта «ГЦОЛИФК» (далее – РУС «ГЦОЛИФК») от 29.08.2023 г. (протокол №146) внести изменения в следующие разделы основных образовательных программ - бакалавриат (далее – ООП), реализуемых в РУС «ГЦОЛИФК»: общая характеристика ООП, рабочие программы дисциплин (модулей), программа итоговой (государственной итоговой) аттестации, оценочные средства – компетенцию **УК-5 «Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этническом и философском контекстах»** дополнить следующими индикаторами достижения компетенции:

УК-5.7 Демонстрирует толерантное восприятие социальных и культурных различий, уважительное и бережное отношение к историческому наследию и культурным традициям

УК-5.8 Находит и использует необходимую для саморазвития и взаимодействия с другими людьми информацию о культурных особенностях и традициях различных социальных групп

УК-5.9 Проявляет в своем поведении уважительное отношение к историческому наследию и социокультурным традициям различных социальных групп, опирающееся на знание этапов исторического развития России в контексте мировой истории и культурных традиций мира

УК-5.10 Сознательно выбирает ценностные ориентиры и гражданскую позицию; аргументированно обсуждает и решает проблемы мировоззренческого, общественного и личного характера

МИНИСТЕРСТВО СПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский государственный университет физической культуры, спорта, молодежи и
туризма (ГЦОЛИФК)»



Институт Гуманитарный

Кафедра рекламы, связей с общественностью и социально-гуманитарных
проблем

ПРОГРАММА ГОСУДАРСТВЕННОЙ ИТОГОВОЙ АТТЕСТАЦИИ

БЗ.О.01(Г) Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена

(шифр, наименование в соответствии с учебным планом)

**БЗ.О.02(Д) Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной
квалификационной работы**

(шифр, наименование в соответствии с учебным планом)

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

Направленность (профиль): Спортивная реклама и PR
(наименование)

Уровень образования: *бакалавриат*

Форма обучения: *очная/заочная*

Год набора 2022, 2023, 2024 г.

Москва – 2021г.

Программа государственной итоговой аттестации утверждена и
рекомендована
Экспертно-методическим советом
Гуманитарного института
Протокол № 1а от «01» октября 2021г.

Программа государственной итоговой аттестации обновлена
Экспертно-методическим советом
Гуманитарного института
Протокол № от « » 20 г.

Программа государственной итоговой аттестации обновлена
Экспертно-методическим советом
Гуманитарного института
Протокол № от « » 20 г.

Составитель: Кошелева Анна Владимировна, доктор культурологи, доцент
зав.кафедры рекламы, связей с общественностью и социально-
гуманитарных проблем РГУФКСМиТ
(ФИО, наличие степени, звания, должность, кафедра)

1. Цели задачи прохождения государственной итоговой аттестации

Программа государственной итоговой аттестации по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» составлена в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего профессионального образования 3++поколения по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Целью прохождения государственной итоговой аттестации (далее – ГИА) является: обеспечение комплексной и качественной подготовки квалифицированных конкурентоспособных специалистов в области рекламы и связей с общественностью в сфере физической культуры и спорта; формирование и развитие социально-личностных качеств обучающихся, таких как нравственность, толерантность, общекультурные навыки, способность к социальной адаптации, стремление к саморазвитию и реализации творческого потенциала, целеустремленность, гражданская позиция, коммуникативность.

Для достижения цели прохождения ГИА служат следующие **задачи**:

1. формирование универсальных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций в соответствии с требованиями ФГОС ВО бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», позволяющих выпускнику успешно работать в сфере рекламы и связей с общественностью и быть конкурентоспособным на рынке труда;

2. подготовка специалиста, обладающего способностью налаживать деловые и персональные коммуникации, формировать общественное мнение, эффективно применять технологии и техники пропаганды конкурентных свойств товаров, услуг, коммерческих компаний, некоммерческих и общественных организаций, государственных учреждений и органов, осуществлять их позиционирование в рыночной среде

3. подготовка специалиста умеющего участвовать в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью; в производственном процессе выпуска коммуникационного продукта с применением современных информационных и коммуникационных технологий; в организации процесса создания коммуникационного продукта; продвижение социально значимых ценностей с помощью коммуникационного продукта; осуществлять авторскую деятельность по созданию текста рекламы и связей с общественностью и (или) иного коммуникационного продукта с учетом специфики разных каналов коммуникации.

2. Формы проведения ГИА и ее структурные особенности

- Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена
- Защита выпускной квалификационной работы, включая подготовку к процедуре защиты и процедуру защиты. Видом выпускной квалификационной работы является бакалаврская работа

3. Место ГИА в структуре ООП (ОПОП)

ГИА по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» в структуре ООП (ОПОП) относится к разделу БЗ.О и делится на БЗ.О.01(Г)– «Подготовка и сдача государственного экзамена» и БЗ.О.02(Д)– «Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы», что является итоговой аттестацией обучающихся. Программа разработана в соответствии с универсальными, общепрофессиональными и профессиональными компетенциями, освоение которых является требованием ФГОС ВО к выпускникам образовательной программы по направлению «Реклама и связи с общественностью».

4. Перечень планируемых результатов освоения ООП (ОПОП)

Государственный экзамен

Шифр компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)	Этап формирования компетенции (номер семестра)		
	наименование	Очная форма обучения	Очно-заочная форма обучения	Заочная форма обучения
1	3	5	6	7
УК-1	УК-1 Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	8		10
	<i>Знать:</i> УК-1.1. Знает принципы сбора, отбора и обобщения информации, методики системного подхода для решения профессиональных задач. УК-1.2. Знает информационно-поисковые системы и базы данных; технологию осуществления поиска информации.	8		10
	<i>Уметь:</i> УК-1.3. Умеет анализировать и систематизировать разнородные данные, оценивать эффективность процедур анализа проблем и принятия решений в профессиональной деятельности. УК-1.4. Умеет синтезировать информацию, представленную в различных источниках	8		10
	<i>Владеть:</i> УК-1.5. Владеет навыками научного поиска и практической работы с информационными источниками; владеет методами принятия решений. УК-1.6. Владеет методами аналитико-синтетической обработки информации из различных информационно-поисковых систем	8		10
УК--2	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	8		10
	<i>Знать:</i> УК-2.1. Знает виды ресурсов и ограничений, основные методы оценки разных способов решения профессиональных задач.	8		10
	<i>Уметь:</i> УК-2.2. Умеет проводить анализ поставленной цели и формулировать задачи, необходимые для ее достижения, анализировать альтернативные варианты с учетом правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений.	8		10
	<i>Владеть:</i> УК-2.3. Владеет методологическими инструментами для определения и достижения задач,	8		10

	подчиненных общей цели, с использованием имеющихся ресурсов и ограничений			
УК--3	УК—3Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	8		10
	<i>Знать:</i> УК-3.1. Знает основные приемы и нормы социального взаимодействия	8		10
	<i>Уметь:</i> УК-3.2. Умеет устанавливать и поддерживать контакты, обеспечивающие успешную работу в коллективе.	8		10
	<i>Владеть:</i> УК-3.3. Применяет основные методы и нормы социального взаимодействия для реализации своей роли и взаимодействия внутри команды.	8		10
УК--4	УК—4Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	8		10
	<i>Знать:</i> УК-4.1. Знает общеупотребительную лексику и систему современного иностранного языка; нормы словоупотребления; основы грамматики; орфографические нормы и нормы пунктуации изучаемого иностранного языка.	8		10
	<i>Уметь:</i> УК-4.2. Умеет логически верно, аргументировано и ясно строить устную и письменную речь на иностранном языке. УК-4.3. Умеет использовать государственный язык Российской Федерации и иностранный язык, как эффективное средство общения.	8		10
	<i>Владеть:</i> УК-4.4. Владеет одним из иностранных языков на уровне, обеспечивающем эффективную межличностную и межкультурную деятельность. УК-4.5. Владеет различными формами, видами устной и письменной коммуникации на государственном языке Российской Федерации и иностранном языке в учебной и профессиональной деятельности	8		10
УК-5	УК-5 Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	8		10
	<i>Знать:</i> УК-5.1. Знает основные категории философии, законы исторического развития, основы межкультурной коммуникации. УК-5.2. Знает, как воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	8		10

	<p><i>Уметь:</i> УК-5.3. Умеет вести коммуникацию в мире культурного многообразия и демонстрировать взаимопонимание между обучающимися – представителями различных культур с соблюдением этических и межкультурных норм.</p> <p>УК-5.4. Умеет воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах</p>	8		10
	<p><i>Владеть:</i> УК-5.5. Владеет практическими навыками анализа философских и исторических фактов, оценки явлений культуры; способами анализа и пересмотра своих взглядов в случае разногласий и конфликтов в межкультурной коммуникации.</p> <p>УК-5.6. Использует информацию о межкультурном разнообразии общества социально-историческом, этическом и философском контекстах в профессиональной деятельности</p>	8		10
УК--6	УК—6 Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни	8		10
	<i>Знать:</i> УК-6.1. Знает основные приемы эффективного управления собственным временем; знает основные принципы саморазвития и самообразования.	8		10
	<i>Уметь:</i> УК-6.2. Умеет эффективно планировать и контролировать собственное время; способен к анализу собственной деятельности.	8		10
	<i>Владеть:</i> УК-6.3. Владеет методами управления собственным временем; планирует и реализует траекторию своего профессионального и личностного роста на основе принципов образования в течение всей жизни.	8		10
УК-7	УК-7 Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности	8		10
	<i>Знать:</i> УК-7.1. Знает основы контроля и самооценки уровня физической подготовленности;	8		10
	<i>Уметь:</i> УК-7.6. Умеет самостоятельно оценивать уровень физической подготовленности;	8		10
	<i>Владеть:</i> УК-7.10. Владеет техникой основных двигательных действий базовых видов спорта на уровне выполнения контрольных нормативов.	8		10

УК-8	УК-8 Способен создавать и поддерживать в повседневной жизни и в профессиональной деятельности безопасные условия жизнедеятельности для сохранения природой среды, обеспечения устойчивого развития общества, в том числе при угрозе и возникновении чрезвычайных ситуаций военных конфликтов	8		10
	<i>Знать:</i> УК-8.1. Знает классификацию и источники чрезвычайных ситуаций природного и техногенного происхождения.			10
	<i>Уметь:</i> УК-8.2. Умеет оценивать вероятность возникновения потенциальной опасности в повседневной жизни и в профессиональной деятельности принимать меры по ее предупреждению.	8		10
	<i>Владеть:</i> УК-8.3. Владеет методами прогнозирования возникновения опасных или чрезвычайных ситуаций в повседневной жизни и в профессиональной деятельности для сохранения природой среды, обеспечения устойчивого развития общества. УК-8.4. Владеет навыками по применению основных методов защиты в условиях чрезвычайных ситуаций военных конфликтов.	8		10
УК-9	УК-9 Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности	8		10
	<i>Знать:</i> УК-9.1. Понимает базовые принципы функционирования экономики, планирования экономической деятельности.	8		10
	<i>Уметь:</i> УК-9.2. Принимает обоснованные экономические решения, используя методы экономического планирования для достижения поставленных целей.			10
	<i>Владеть:</i> УК-9.3. Использует экономические инструменты для управления финансовой деятельностью в различных областях жизнедеятельности.	8		10
УК-10	УК-10 Способен формировать нетерпимое отношение к коррупционному поведению	8		10
	<i>Знать:</i> УК-10.1. Понимает значение основных правовых категорий, сущность коррупционного поведения, формы его проявления в различных сферах общественной жизни.	8		10
	<i>Уметь:</i> УК-10.2. Проявляет гражданскую позицию, нетерпимое отношение к коррупционному поведению.	8		10
	<i>Владеть:</i> УК-10.3. Способен осуществлять социальную и профессиональную деятельность на основе развитого правосознания, сформированной правовой культуры и антикоррупционного поведения	8		10
ОПК-1	ОПК-1 Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и	8		10

	(или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем			
	<i>Знать:</i> ОПК-1.1.Знает типы медиатекстов, медиапродуктов, коммуникационных продуктов	8		10
	<i>Уметь:</i> ОПК-1.2. Выявляет отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ	8		10
	<i>Владеть:</i> ОПК-1.3.Осуществляет подготовку текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	8		10
ОПК-2	ОПК-2 Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	8		10
	<i>Знать:</i> ОПК-2.1.Знает систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования.	8		10
	<i>Уметь:</i> ОПК-2.2.Выявляет тенденции развития общественных и государственных институтов	8		10
	<i>Владеть:</i> ОПК-2.3. Учитывает основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов.	8		10
ОПК-3	<i>Знать:</i> ОПК-3.1.Демонстрирует кругозор в сфере отечественного и мирового культурного процесса	8		10
	<i>Уметь:</i> ОПК-3.2. Анализирует достижения отечественной и мировой культуры и интерпретирует их в контексте профессиональной деятельности	8		10
	<i>Владеть:</i> ОПК-3.3.Учитывает достижения отечественной и мировой культуры, а также средства художественной выразительности в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.	8		10
				10
ОПК-4	ОПК-4 Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	8		10

	<i>Знать:</i> ОПК-4.1.Соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп	8		10
	<i>Уметь:</i> ОПК-4.2.Использует основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности.	8		10
	<i>Владеть:</i> ОПК-4.3.Учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов	8		10
ОПК-5	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	8		10
	<i>Знать:</i> ОПК-5.1.Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях	8		10
	<i>Уметь:</i> ОПК-5.2.Выявляет политические и экономические механизмы функционирования медиакоммуникационных систем региона, страны и мира	8		10
	<i>Владеть:</i> ОПК-5.3. Осуществляет свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы	8		10
ОПК-6	ОПК-6 Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности	8		10
	<i>Знать:</i> ОПК-6.1.Понимает основные принципы функционирования современных информационных технологий, применяемых в профессиональной сфере.	8		10
	<i>Уметь:</i> ОПК-6.2. Отбирает для осуществления профессиональной деятельности необходимое техническое оборудование и программное обеспечение.	8		10

	<i>Владеть:</i> ОПК-6.3.Применяет современные цифровые устройства, платформы и программное обеспечение на всех этапах осуществления профессиональной деятельности.			10
ОПК-7	ОПК-7 Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности	8		10
	<i>Знать:</i> ОПК-7.1.Знает цеховые принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности	8		10
	<i>Уметь:</i> ОПК-7.2.Осуществляет отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом	8		10
	<i>Владеть:</i> ОПК-7.3. Учитывает эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности	8		10
ПК-1	ПК-1 Способен применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций	8		10
	<i>Знать:</i> ПК-1.1. Основы реализации коммуникационного продукта, используя технологии медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн и онлайн среде	8		10
	<i>Уметь:</i> ПК-1.2. При подготовке текстов рекламы и (или) связей с общественностью использовать основные технологии копирайтинга в онлайн и офлайн среде. ПК-1.3. Применять основные технологии организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами ПК-1.4. Участвовать в формировании корпоративной культуры организации с помощью основных инструментов внутренних коммуникаций	8		10
	<i>Владеть:</i> ПК-1.5. Современными техническими средства и основными технологиями цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта	8		10
ПК-2	ПК-2 Способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости,доверия и корпоративной социальной ответственности	8		10
	<i>Знать:</i> ПК-2.1. Принципы продвижения социально значимых	8		10

	ценностей средствами связей с общественностью и рекламы			
	<i>Уметь:</i> ПК-2.2. Применять при подготовке текстов рекламы и связей с общественностью, разработке и реализации коммуникационного продукта принципы открытости и корпоративной социальной ответственности	8		10
	<i>Владеть:</i> ПК-2.3. Навыками применения инструментов трансляции социально ответственной миссии и философии организации целевым группам общественности в оффлайн и онлайн среде	8		10
ПК-3	ПК-3 Способен реализовывать типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью	8		10
	<i>Знать:</i> ПК-3.1. Основы осуществления разработки концепции рекламной и PR-кампании.	8		10
	<i>Уметь:</i> ПК-3.2. Разрабатывать планы рекламных и PR-кампаний с учетом особенностей маркетинговых целей организации и специфики ее сферы деятельности.	8		10
	<i>Владеть:</i> ПК-3.3. Навыками организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры	8		10
ПК-4	ПК-4 Способен готовить основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью	8		10
	<i>Знать:</i> ПК-4.1. Принципы создания текстов рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта	8		10
	<i>Уметь:</i> ПК-4.2. создавать модули сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR- кампании	8		10
	<i>Владеть:</i> ПК-4.3. Созданием объявлений, пресс-релизов, пресс-китов и других документов, необходимых для реализации рекламной или PR- кампании. ПК-4.4. Разработкой концепции, предложений и других базовых документов для достижения целей рекламной и PR-деятельности организации.	8		10
ПК-5	ПК-5 Способен использовать результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта	8		10
	<i>Знать:</i> ПК-5.1. Использование основных маркетинговых инструментов при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта	8		10
	<i>Уметь:</i>	8		10

ПК-5.2. Организовывать и выполнять маркетинговые исследования, направленные на разработку и реализацию коммуникационного продукта			
<i>Владеть:</i> ПК-5.3. Навыками осуществлять мониторинг обратной связи с разными целевыми группами	8		10

Защита выпускной квалификационной работы

Шифр компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)	Этап формирования компетенции (номер семестра)		
	наименование	Очная форма обучения	Очно-заочная форма обучения	Заочная форма обучения
1	3	5	6	7
УК-1	УК-1 Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	8		10
	<i>Знать:</i> УК-1.1. Знает принципы сбора, отбора и обобщения информации, методики системного подхода для решения профессиональных задач. УК-1.2. Знает информационно-поисковые системы и базы данных; технологию осуществления поиска информации.	8		10
	<i>Уметь:</i> УК-1.3. Умеет анализировать и систематизировать разнородные данные, оценивать эффективность процедур анализа проблем и принятия решений в профессиональной деятельности. УК-1.4. Умеет синтезировать информацию, представленную в различных источниках	8		10
	<i>Владеть:</i> УК-1.5. Владеет навыками научного поиска и практической работы с информационными источниками; владеет методами принятия решений. УК-1.6. Владеет методами аналитико-синтетической обработки информации из различных информационно-поисковых систем	8		10
УК--2	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	8		10

	<i>Знать:</i> УК-2.1. Знает виды ресурсов и ограничений, основные методы оценки разных способов решения профессиональных задач.	8		10
	<i>Уметь:</i> УК-2.2. Умеет проводить анализ поставленной цели и формулировать задачи, необходимые для ее достижения, анализировать альтернативные варианты с учетом правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений.	8		10
	<i>Владеть:</i> УК-2.3. Владеет методологическими инструментами для определения и достижения задач, подчиненных общей цели, с использованием имеющихся ресурсов и ограничений	8		10
УК--3	УК—3 Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	8		10
	<i>Знать:</i> УК-3.1. Знает основные приемы и нормы социального взаимодействия	8		10
	<i>Уметь:</i> УК-3.2. Умеет устанавливать и поддерживать контакты, обеспечивающие успешную работу в коллективе.	8		10
	<i>Владеть:</i> УК-3.3. Применяет основные методы и нормы социального взаимодействия для реализации своей роли и взаимодействия внутри команды.	8		10
УК--4	УК—4Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	8		10
	<i>Знать:</i> УК-4.1. Знает общеупотребительную лексику и систему современного иностранного языка; нормы словоупотребления; основы грамматики; орфографические нормы и нормы пунктуации изучаемого иностранного языка.	8		10
	<i>Уметь:</i> УК-4.2. Умеет логически верно, аргументировано и ясно строить устную и письменную речь на иностранном языке. УК-4.3. Умеет использовать государственный язык Российской Федерации и иностранный язык, как эффективное средство общения.	8		10
	<i>Владеть:</i> УК-4.4. Владеет одним из иностранных языков на уровне, обеспечивающем эффективную межличностную и межкультурную деятельность. УК-4.5. Владеет различными формами, видами устной и письменной коммуникации на государственном языке	8		10

	Российской Федерации и иностранном языке в учебной и профессиональной деятельности			
УК-5	УК-5 Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	8		10
	<i>Знать:</i> УК-5.1. Знает основные категории философии, законы исторического развития, основы межкультурной коммуникации. УК-5.2. Знает, как воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	8		10
	<i>Уметь:</i> УК-5.3. Умеет вести коммуникацию в мире культурного многообразия и демонстрировать взаимопонимание между обучающимися – представителями различных культур с соблюдением этических и межкультурных норм. УК-5.4. Умеет воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	8		10
	<i>Владеть:</i> УК-5.5. Владеет практическими навыками анализа философских и исторических фактов, оценки явлений культуры; способами анализа и пересмотра своих взглядов в случае разногласий и конфликтов в межкультурной коммуникации. УК-5.6. Использует информацию о межкультурном разнообразии общества социально-историческом, этическом и философском контекстах в профессиональной деятельности	8		10
УК--6	УК--6 Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни	8		10
	<i>Знать:</i> УК-6.1. Знает основные приемы эффективного управления собственным временем; знает основные принципы саморазвития и самообразования.	8		10
	<i>Уметь:</i> УК-6.2. Умеет эффективно планировать и контролировать собственное время; способен к анализу собственной деятельности.	8		10
	<i>Владеть:</i> УК-6.3. Владеет методами управления собственным временем; планирует и реализует траекторию своего профессионального и личностного роста на основе принципов образования в течение всей жизни.	8		10
УК-7	УК-7 Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной	8		10

	деятельности			
	<i>Знать:</i> УК-7.1. Знает основы контроля и самооценки уровня физической подготовленности;	8		10
	<i>Уметь:</i> УК-7.6. Умеет самостоятельно оценивать уровень физической подготовленности;	8		10
	<i>Владеть:</i> УК-7.10. Владеет техникой основных двигательных действий базовых видов спорта на уровне выполнения контрольных нормативов.	8		10
УК-8	УК-8 Способен создавать и поддерживать повседневной жизни и в профессиональной деятельности безопасные условия жизнедеятельности для сохранения природой среды, обеспечения устойчивого развития общества, в том числе при угрозе и возникновении чрезвычайных ситуаций военных конфликтов	8		10
	<i>Знать:</i> УК-8.1. Знает классификацию и источники чрезвычайных ситуаций природного и техногенного происхождения.			10
	<i>Уметь:</i> УК-8.2. Умеет оценивать вероятность возникновения потенциальной опасности в повседневной жизни и в профессиональной деятельности принимать меры по ее предупреждению.	8		10
	<i>Владеть:</i> УК-8.3. Владеет методами прогнозирования возникновения опасных или чрезвычайных ситуаций в повседневной жизни и в профессиональной деятельности для сохранения природой среды, обеспечения устойчивого развития общества. УК-8.4. Владеет навыками по применению основных методов защиты в условиях чрезвычайных ситуаций военных конфликтов.	8		10
ОПК-1	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	8		10
	<i>Знать:</i> ОПК-1.1. Знает типы медиатекстов, медиапродуктов, коммуникационных продуктов	8		10
	<i>Уметь:</i> ОПК-1.2. Выявляет отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ	8		10
	<i>Владеть:</i> ОПК-1.3. Осуществляет подготовку текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и	8		10

	иностранного языков, особенностями иных знаковых систем			
ОПК-2	ОПК-2 Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	8		10
	<i>Знать:</i> ОПК-2.1. Знает систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования.	8		10
	<i>Уметь:</i> ОПК-2.2. Выявляет тенденции развития общественных и государственных институтов	8		10
	<i>Владеть:</i> ОПК-2.3. Учитывает основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов.	8		10
ОПК-3	<i>Знать:</i> ОПК-3.1. Демонстрирует кругозор в сфере отечественного и мирового культурного процесса	8		10
	<i>Уметь:</i> ОПК-3.2. Анализирует достижения отечественной и мировой культуры и интерпретирует их в контексте профессиональной деятельности	8		10
	<i>Владеть:</i> ОПК-3.3. Учитывает достижения отечественной и мировой культуры, а также средства художественной выразительности в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.	8		10
ОПК-4	ОПК-4 Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	8		10
	<i>Знать:</i> ОПК-4.1. Соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп	8		10
	<i>Уметь:</i> ОПК-4.2. Использует основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности.	8		10
	<i>Владеть:</i> ОПК-4.3. Учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов	8		10

ОПК-5	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	8		10
	<i>Знать:</i> ОПК-5.1. Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях	8		10
	<i>Уметь:</i> ОПК-5.2. Выявляет политические и экономические механизмы функционирования медиакоммуникационных систем региона, страны и мира	8		10
	<i>Владеть:</i> ОПК-5.3. Осуществляет свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы	8		10
ОПК-6	ОПК-6 Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности	8		10
	<i>Знать:</i> ОПК-6.1. Понимает основные принципы функционирования современных информационных технологий, применяемых в профессиональной сфере.	8		10
	<i>Уметь:</i> ОПК-6.2. Отбирает для осуществления профессиональной деятельности необходимое техническое оборудование и программное обеспечение.	8		10
	<i>Владеть:</i> ОПК-6.3. Применяет современные цифровые устройства, платформы и программное обеспечение на всех этапах осуществления профессиональной деятельности.			10
ОПК-7	ОПК-7 Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности	8		10
	<i>Знать:</i> ОПК-7.1. Знает цеховые принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности	8		10
	<i>Уметь:</i> ОПК-7.2. Осуществляет отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами,	8		10

	принятым профессиональным сообществом			
	<i>Владеть:</i> ОПК-7.3. Учитывает эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности	8		10
ПК-1	ПК-1 Способен применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций	8		10
	<i>Знать:</i> ПК-1.1. Основы реализации коммуникационного продукта, используя технологии медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн и онлайн среде	8		10
	<i>Уметь:</i> ПК-1.2. При подготовке текстов рекламы и (или) связей с общественностью использовать основные технологии копирайтинга в онлайн и офлайн среде. ПК-1.3. Применять основные технологии организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами ПК-1.4. Участвовать в формировании корпоративной культуры организации с помощью основных инструментов внутренних коммуникаций	8		10
	<i>Владеть:</i> ПК-1.5. Современными техническими средства и основными технологиями цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта	8		10
ПК-2	ПК-2 Способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности	8		10
	<i>Знать:</i> ПК-2.1. Принципы продвижения социально значимых ценностей средствами связей с общественностью и рекламы	8		10
	<i>Уметь:</i> ПК-2.2. Применять при подготовке текстов рекламы и связей с общественностью, разработке и реализации коммуникационного продукта принципы открытости и корпоративной социальной ответственности	8		10
	<i>Владеть:</i> ПК-2.3. Навыками применения инструментов трансляции социально ответственной миссии и философии организации целевым группам общественности в оффлайн и онлайн среде	8		10
ПК-3	ПК-3 Способен реализовывать типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью	8		10

	<i>Знать:</i> ПК-3.1. Основы осуществления разработки концепции рекламной и PR-кампании.	8		10
	<i>Уметь:</i> ПК-3.2. Разрабатывать планы рекламных и PR-кампаний с учетом особенностей маркетинговых целей организации и специфики ее сферы деятельности.	8		10
	<i>Владеть:</i> ПК-3.3. Навыками организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры	8		10
ПК-4	ПК-4 Способен готовить основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью	8		10
	<i>Знать:</i> ПК-4.1. Принципы создания текстов рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта	8		10
	<i>Уметь:</i> ПК-4.2. создавать модули сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR- кампании	8		10
	<i>Владеть:</i> ПК-4.3. Созданием объявлений, пресс-релизов, пресс-китов и других документов, необходимых для реализации рекламной или PR- кампании. ПК-4.4. Разработкой концепции, предложений и других базовых документов для достижения целей рекламной и PR-деятельности организации.	8		10
ПК-5	ПК-5 Способен использовать результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта	8		10
	<i>Знать:</i> ПК-5.1. Использование основных маркетинговых инструментов при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта	8		10
	<i>Уметь:</i> ПК-5.2. Организовывать и выполнять маркетинговые исследования, направленные на разработку и реализацию коммуникационного продукта	8		10
	<i>Владеть:</i> ПК-5.3. Навыками осуществлять мониторинг обратной связи с разными целевыми группами	8		10

5. Объем и продолжительность ГИА

Общий объем ГИА составляет **6 зачетных единиц**, продолжительность - **4 недели, академических часов** (в соответствии с учебным планом) - **216, форма (ы) обучения** очная и заочная.

6. Программа государственного экзамена

К государственной итоговой аттестации допускается обучающийся, не имеющий академической задолженности и в полном объеме выполнивший учебный план или индивидуальный учебный план по осваиваемой ООП (ОПОП).

Государственный экзамен проводится по одной или нескольким дисциплинам или модулям основной профессиональной образовательной программы, результаты освоения которых имеют определяющее значение для профессиональной деятельности выпускников.

Успешное прохождение государственной итоговой аттестации является основанием для выдачи обучающемуся документа о высшем образовании и квалификации образца, установленного Министерством образования и науки Российской Федерации.

6.1. Форма проведения государственного экзамена в соответствии с содержанием ГИА

Государственный экзамен проводится устно с обязательным составлением письменных тезисов ответов на специально подготовленных для этого бланках. Экзамен проводится по билетам, которые включают два теоретических вопроса и одну задачу.

Для проведения государственной итоговой аттестации в институте создается государственная экзаменационная комиссия. Комиссия действует в течение календарного года.

Обучающимся и лицам, привлекаемым к ГИА, во время проведения государственных аттестационных испытаний запрещается иметь при себе и использовать средства связи.

Для ответа на билеты обучающимся предоставляется возможность подготовки. После ответа председатель государственной экзаменационной

комиссии предлагает ее членам задать обучающемуся дополнительные вопросы в рамках тематики вопросов в билете. Если бакалавр затрудняется при ответе на дополнительные вопросы, члены комиссии могут задать вопросы в рамках тематики программы государственного экзамена. По решению председателя государственной экзаменационной комиссии обучающегося могут попросить отвечать на дополнительные вопросы членов комиссии и после его ответа на отдельный вопрос билета, а также ответить на другие вопросы, входящие в программу государственного экзамена. Ответы оцениваются каждым членом комиссии, а итоговая оценка по пятибалльной системе выставляется в результате закрытого обсуждения. Решения комиссий принимаются простым большинством голосов членов комиссий, участвующих в заседании. При равном числе голосов председательствующий обладает правом решающего голоса. Результаты государственного аттестационного испытания, объявляются в день его проведения.

Каждый обучающийся имеет право ознакомиться с результатами оценки своей работы.

6.2. Перечень примерных вопросов, выносимых на государственный экзамен

Вопросы

1. Массовая коммуникация, ее структура, социальные функции. Реклама и PR в системе массовых коммуникаций. Спорт в контексте массовой коммуникации.
2. Формы и условия реализации интегрированных коммуникаций. Основные виды и сферы развития интегрированных коммуникаций. Особенности развития сферы интегрированных коммуникаций в России. Интегрированные коммуникации в сфере ФК и С.
3. Понятие коммуникационного менеджмента, его социальные функции. Коммуникационный менеджмент в сфере ФК и С.
4. Реклама и PR как средства межкультурной коммуникации. Национальные особенности рекламы и PR. Спортивная реклама и PR в межкультурной коммуникации.
5. Система маркетинговых коммуникаций. Реклама и PR как формы маркетинговых коммуникаций. Современные формы маркетинговых коммуникаций: блоги и социальные сети, перфоманс, флэшмоб, продакт-плейсмент, кросс-промоушн и др. Маркетинговые коммуникации в сфере ФК и С.

6. Тенденции развития мировой современной рекламы. Роль рекламы в современной PR-практике. Особенности использования рекламы в сфере ФК и С.
7. Особенности, этапы развития и современное состояние связей с общественностью в сфере спорта (зарубежный и российский опыт).
8. Правовые основания рекламной и PR-деятельности. Особенности правового регулирования в области спортивной рекламы и PR.
9. Неформальные способы регулирования деятельности в области связей с общественностью. Традиции, нормы, мораль, общественное мнение. Этика и профессиональные стандарты в связях с общественностью. Виды нормативных документов, регулирующих профессиональное поведение PR-специалиста.
10. Рекламный рынок: понятие, структура, субъекты, современное состояние и тенденции развития.
11. Понятие «физическая культура». Основные задачи, принципы, методы анализа поведения групп общественности в сфере физической культуры и спорта. Особенности, основные задачи и функции службы связей с общественностью в сфере физической культуры и спорта.
12. Понятие системы физического воспитания. Проблемы PR-сопровождения системы физического воспитания в РФ. Возможности и задачи организации социально-значимых PR-кампаний в этой сфере (привести конкретные примеры).
13. Понятие «спорт». Структура современного спорта как вида деятельности. Спорт как продукт: понятие «спортивный продукт», классификация. Потребители и поставщики спортивных продуктов. Спортивный рынок. Особенности спортивного продукта как товара и как услуги.
14. Понятие «адаптивная физическая культура». Основные направления использования PR-технологий для развития этой сферы.
15. Системный подход в планировании информационных кампаний (концепция, стратегия, интеграция коммуникаций). Показатели эффективности информационных кампаний (на примере информационных кампаний в сфере спорта).
16. Рекламная кампания: понятие, основные принципы и этапы планирования. Методика организаций рекламных мероприятий и PR-акций с целью привлечения внимания СМИ, заказчиков, целевых аудиторий (на примере успешных/неуспешных рекламных кампаний в сфере спорта). Технологии реализации рекламных кампаний с незначительным бюджетом.
17. Медиапланирование как составляющая рекламной кампании. Стратегическое, тактическое и оперативное медиапланирование. Современные прикладные программные продукты для медиапланирования.
18. Понятие медиастратегии. Принципы выбора СМИ для размещения рекламы (на примере рекламной кампании в сфере ФКиС)
19. Копирайтинг в рекламе и PR: понятие, функции копирайтера в рекламных и PR-структурах. Особенности создания неймов и слоганов для товаров и организаций сферы ФКиС. Основные принципы разработки рекламных и PR-текстов разных жанров для различных каналов распространения.
20. PR-кампании различного типа: основные характеристики, особенности планирования и организации. Типология PR-кампаний по масштабу, длительности, стратегическим целям, сфере применения. Разновидности PR-кампаний в сфере спорта.

21. Социальная реклама как способ продуцирования и распространения духовных, эстетических, нравственных и социальных ценностей. Современные тенденции развития социальной рекламы: новые формы и инструменты. Социальная реклама в сфере ФК и С.
22. Концепции социального проектирования и классификации социальных проектов. Социальные проекты в сфере ФК и С.
23. Структура кризиса с точки зрения PR, типология кризисных ситуаций. Антикризисный PR: инструменты и технологии, профилактика кризисов. Кризисные ситуации в сфере спорта и пути их преодоления (на конкретных примерах). Антикризисные информационные кампании.
24. Значение маркетинговых исследований в рекламной и PR-деятельности – цели, задачи, возможности применения. Разведочные, описательные, казуальные маркетинговые исследования. Основные направления маркетинговых исследований в сфере физической культуры и спорта.
25. Аналитика в области PR. Мониторинг, его роль в системе мероприятий по связям с общественностью, в т.ч. в сфере ФК и С.
26. Информационное обеспечение рекламы и связей с общественностью: основные ресурсы, принципы, технологии.
27. Эффективность рекламы. Критерии оценки, методы достижения. Эффективность спортивной рекламы.
28. Эффективность PR-деятельности. Способы оценки эффективности работы специалиста по связям с общественностью, отдела по связям с общественностью.
29. Понятия «сегментирование рынка» и «позиционирование». Основные концепции и подходы в сегментировании. Сегментирование как основа для таргетинга.
30. Корпоративная культура: цели и задачи, основные направления деятельности во «внутренней» и «внешней» среде организации. Внутренний PR как способ формирования и управления корпоративной культурой.
31. Имидж и репутация как результат PR-деятельности: соотношение понятий и инструменты формирования. Управление репутацией спортивной организации. Влияние СМИ на репутацию и имидж в спорте.
32. Имиджевая реклама: задачи, принципы ее построения, критерии эффективности. Имиджевая иерархия. Технологии Product placement в имиджевой рекламе.
33. «Торговая марка» и «бренд»: соотношение понятий и правовое регулирование. Специфика спортивного бренда. Формирование, развитие и управление спортивными брендами.
34. Основные составляющие фирменного стиля и их применение в рекламной и PR-деятельности. Фирменный стиль спортивной организации.
35. Стратегия конструирования имиджа и политика информационной открытости. Особенности имиджа спортивной организации и персонального имиджа в спорте.
36. Роль спорта в формировании имиджа государства. PR-технологии восстановления спортивной репутации страны в кризисных ситуациях.
37. Типология групп общественности; «целевая аудитория», «ключевая аудитория», «конечный потребитель», «лидеры общественного мнения». Применение этих понятий к рекламной и PR-практике, связанной с развитием массового спорта (выделить изначально основные характеристики массового спорта).
38. Основные барьеры восприятия информации целевыми аудиториями; методики их преодоления. Специфика барьеров восприятия информации в сфере спорта.

39. Реклама в системе привлечения зрителей спортивно-зрелищных мероприятий. Специфика, алгоритмы, проблемы создания и размещения.
40. Основные задачи и функции службы связей с общественностью. Особенности работы отделов PR и CO в государственных, коммерческих и общественных структурах в сфере ФК и С.
41. Принципы и основные направления в работе пресс-службы. Мониторинг СМИ как коммуникативный аудит. Специфика работы спортивной пресс-службы.
42. Содержательные и организационные аспекты взаимодействия пресс-службы со СМИ. Категории эффективности взаимодействия спортивной пресс-службы со СМИ.
43. Принципы и технологии построения деятельности пресс-центра спортивного мероприятия.
44. Основные виды информационных, служебных, имиджевых, онлайн-документов, используемых в обеспечении связей с общественностью. Официальные документы спортивных организаций, регламентирующие деятельность и ограничивающие возможности PR-служб.
45. Информационно-техническое обеспечение PR-деятельности организации. Технологии распространения информации внутри коллектива организации (на примере организаций в сфере ФК и С). Основные виды корпоративных PR-документов.
46. Типология базовых документов пресс-службы. Планирование и общие требования
47. Event как инструмент PR. Ивент-маркетинг в продвижении спортивных мероприятий.
48. Методика организации рекламных мероприятий и PR-акций с целью привлечения внимания СМИ, заказчиков, целевых аудиторий к спортивной организации, спортивному событию.
49. Понятие «информационный повод». Правила и принципы создания актуального «информационного повода». «Информационный повод» как элемент ньюсмейкинга.
50. Инструменты событийного и «партизанского» маркетинга, используемые с целью рекламного и PR-продвижения организации и ее продукции (на примере спортивных и физкультурно-оздоровительных организаций).
51. Спонсоринг, фандрайзинг и краудфандинг как источники финансирования проектов в сфере ФКиС.
52. Рекламные и PR технологии продвижения спортивных мероприятий. Цели, задачи, функции и основные этапы информационного сопровождения мероприятия. Специфика информационной поддержки спортивных мероприятий. Особенности продвижения спортивных мероприятий глобального масштаба.
53. Выставки и ярмарки как средство PR-коммуникации. Принципы организации выставочной деятельности, основные формы PR-взаимодействия на выставке. Выставочные мероприятия в сфере ФК и С.
54. Организация пресс-конференций, презентаций, приемов как инструмент PR. Подготовка публичных выступлений руководства / представителей организации.
55. Интернет как коммуникативная среда, его использование в спортивном PR.
56. Реклама в Интернете (виды интернет-рекламы, контекстная реклама, реклама в социальных сетях). Вирусная реклама: принципы создания и распространения.
57. Социальные сети как социокультурное явление информационного общества. SMM – продвижение в сфере ФК и С: проблемы и возможности, методики расчета эффективности.

58. Продвижение спортивной организации или проекта в Интернете: целеполагание, технологии и инструменты, оценка эффективности.

59. основополагающие принципы создания и внедрения «программ лояльности» клиента организации / болельщика клуба. CRM- и FRM-системы как актуальные инструменты программ лояльности.

60. Онлайн-трансляции событий и вебинары как инструменты дистанционных коммуникаций с целевыми аудиториями. Приемы получения «обратной связи» в рамках дистанционного общения.

Примеры задач (проективных ситуаций):

1. *Проективная ситуация. Условие.* Следуя «моде» и актуальным тенденциям PR-деятельности, спортивная организация создала официальные представительства (страницы / группы / сообщества) во всех популярных социальных сетях. Однако у организации нет кадровых и временных ресурсов для своевременного, оперативного наполнения Интернет-страниц актуальным контентом. *Задача.* Разработайте технологии поддержания работы указанных Интернет-ресурсов, увеличения числа их посетителей и количества материалов.
2. *Проективная ситуация. Условие.* Создана новая Федерация по виду спорта, который еще не получил достаточного распространения и признания в нашей стране. *Задача.* Предложить систему промоушн-мероприятий, которые бы обеспечили хорошие стартовые условия для активного развития данного вида спорта, для нахождения необходимых спонсоров, для утверждения статуса Федерации.
3. *Проективная ситуация. Условие.* Компания, выпускающая спортивные товары, готовит к выпуску новый продукт (современный и пока единственный на рынке). *Задача.* Предложите комплекс мероприятий для создания заинтересованности у целевой аудитории и успешной презентации продукта.
4. *Проективная ситуация. Условие.* Руководство компании, в которой Вы работаете, озабочилось вопросом укрепления корпоративной культуры. *Задача.* Предложите проект развития корпоративной культуры в организации с помощью спортивных мероприятий.
5. *Проективная ситуация. Условие.* В Вашей спортивной организации встал вопрос о создании корпоративного сайта. *Задача.* Сформулируйте основные требования к сайту (техническое задание), предложите основные разделы и предложите комплекс мероприятий по его продвижению (увеличению посещаемости). Профиль спортивной организации на Ваш выбор.
6. *Проективная ситуация. Условие.* Возникла конфликтная ситуация между руководством спортивного клуба и активной группой его болельщиков, требующих смещения тренера, смены руководства и т.п. *Задача.* Опишите план и программу действий отдела по связям с общественностью данного спортивного клуба для разрешения конфликтной ситуации.
7. *Проективная ситуация. Условие.* В последнее время в Вашей команде постоянно уличают спортсменов в употреблении запрещенных препаратов, что резко негативно отражается на репутации как самой команды, так и Федерации и страны в целом. Данная ситуация отражена в новостях многих СМИ. *Задача.* Предложите комплекс PR-мероприятий, который следует использовать при возникшей кризисной ситуации, делая акцент на возвращение престижа страны в достаточно короткие сроки.
8. *Проективная ситуация. Условие.* Один из кабельных каналов телевидения решил организовать передачу «Спортивный дискуссионный клуб». *Задача.* Какие «горячие»

темы для дискуссий Вы можете предложить? Какие технологии для привлечения аудитории?

9. *Проективная ситуация. Условие.* В Вашем городе (районе) показатели здоровья детей и подростков устойчиво снижаются. *Задача.* Ваши PR-рекомендации по использованию средств физической культуры и спорта для решения данной проблемы.
10. *Проективная ситуация. Условие.* Спортивный комментатор, полагая, что он уже не находится в эфире, нелестно отозвался об одном из игроков и его личной жизни. Но комментарии были услышаны, т.к. микрофон не был отключен. *Задача.* Разработайте путь выхода из кризисной ситуации с максимально положительным эффектом для репутации обоих участников конфликта.
11. *Проективная ситуация. Условие.* В общеобразовательной школе планируется провести спортивный праздник. *Задача.* при отсутствии собственных административных ресурсов и ограниченного бюджета, предложите технологию привлечения внимания СМИ к данному мероприятию
12. *Проективная ситуация. Условие.* Объявлен конкурс грантов, в рамках которого будут финансироваться проекты, связанные с поддержкой здорового образа жизни. *Задача.* Предложите идею PR-проекта для этого конкурса, с ориентацией на отдельную социальную группу. Обоснуйте востребованность Вашей идеи.
13. *Проективная ситуация. Условие.* Болельщики вашего клуба допустили во время матча публичные громкие высказывания расистского характера в отношении легионеров клуба. *Задача.* Предложите руководству свои рекомендации по выходу из критической ситуации в СМИ, во взаимоотношениях с болельщиками и спортсменами.
14. *Проективная ситуация. Условие.* Проблема курения молодежи и слабый интерес к занятиям физической культурой и спортом вызывает серьезную тревогу в современном обществе. *Задача.* Разработайте вариант позиционирования опасности курения и полезности занятиями физической культурой и спортом среди молодежи от 14 до 18 лет, учитывая специфику данной целевой группы.
15. *Проективная ситуация. Условие.* Вы решили организовать спортивный журнал для подростков и для этого обратились в банк за спонсорской поддержкой. *Задача.* Сформулируйте основные аргументы и положения, которые должны быть включены в письмо-обращение к потенциальным спонсорам.
16. *Проективная ситуация. Условие.* Сеть магазинов по продаже спортивных товаров, в рекламном отделе которой Вы работаете, стала учредителем и спонсором детского спортивного клуба. Вам поручены организация поддержки и продвижения клуба. *Задача.* Какие PR-мероприятия Вы можете предложить для продвижения клуба, с учетом интересов спонсора.
17. *Проективная ситуация. Условие.* Рядом с фитнес-клубом, в котором Вы работаете, открывается новый фитнес-клуб (где стоимость услуг, судя по информации, будет дешевле). *Задача.* Разработайте комплекс мер, чтобы в условиях возникающей конкуренции удержать существующих клиентов и привлечь новых.
18. *Проективная ситуация. Условие.* Радикальные группы фанатов на протяжении длительного времени наносят ущерб репутации Вашей спортивной команды. *Задача.* Ваши PR-рекомендации, включая технологии разрешения данной кризисной ситуации.
19. *Проективная ситуация. Условие.* В экспоцентре на время проведения выставки Вам предоставили невыгодное место (удаленность от основных потоков целевой аудитории) для позиционирования собственной организации (товара/марки и

т.п.). Задача. Ваши PR-рекомендации, способствующие решению данной проблемы в пользу Вашей организации

20. *Проективная ситуация. Условие*. Во многих учебных заведениях России эффективность преподавания физической культуры нередко снижается в связи с равнодушным отношением администрации, с отсутствием заинтересованности у учащихся. Статус преподавателя этой дисциплины также пока не отличается высоким рейтингом. Задача. Какие PR-мероприятия Вы можете предложить для изменения имиджа преподавателя физической культуры, для поднятия престижа данной профессии в школах, в ВУЗах?
21. *Проективная ситуация. Условие*. В СМИ Вашего города периодически появляются утверждения, что рост асоциального поведения подростков в городе связан с созданием большого числа клубов спортивных единоборств. Задача. Какие PR-технологии могут способствовать прояснению ситуации и разрешению конфликта между СМИ и клубами?
22. *Проективная ситуация. Условие*. Коммерческое предприятие со спортивным уклоном реализует благотворительную программу помощи инвалидам. Задача. Разработайте программу по связям с общественностью, обеспечивающую необходимое количество информационных выходов для привлечения внимания к этому факту.
23. *Проективная ситуация. Условие*. В России начал свое вещание круглосуточный спортивный канал, целью которого является популяризация спорта и привлечение населения к занятиям физической культурой. Задача. Предложите свою сетку телевизионных программ утреннего «прайм-тайм», которые будут способствовать реализации указанных задач. Дайте обоснование своим предложениям.
24. *Проективная ситуация. Условие*. Один из известных киноактёров готовится к получению главной роли в художественном фильме, основанном на реальной истории жизни знаменитого футбольного голкипера. Известно, что актер не имеет навыков игры в этом виде спорта. Общественность заранее не верит в успех фильма. Задача. Предложите актёру технологию формирования образа человека, хорошего разбирающего в спорте, в футболе. Обеспечьте продвижение информации о деятельности актёра, связанной с футболом, в печатные и электронные СМИ, чтобы снизить градус негативного восприятия.
25. *Проективная ситуация. Условие*. В период подготовки и проведения паралимпийских игр спортсмены-участники находятся в центре внимания общественности, государственных структур и большого числа СМИ. Задача. Перед вами стоит задача разработать и реализовать технологии позиционирования финансовых проблем тренировочной деятельности спортивных клубов паралимпийцев с целью нахождения и привлечения организаций-спонсоров из числа коммерческих структур и меценатов.
26. *Проективная ситуация. Условие*. Руководство компании, в которой Вы работаете, приняло решение поддержать избирательную кампанию одного из кандидатов на должность мэра города Н. Задача. Подготовить для программы кандидата предложения, связанные с развитием физической культуры и спорта в городе (город с высоким уровнем женского и пожилого населения)
27. *Проективная ситуация. Условие*. Ваша организация планирует начать выпуск ежемесячного корпоративного издания. Задача. Предложите концепцию издания, а также обоснуйте, какие рубрики Вы бы в него обязательно включили и каким образом можно обеспечить популярность подобного издания среди сотрудников.
28. *Проективная ситуация. Условие*. Во время проведения пресс-конференции, Вы получили информацию о присутствии в зале негативно настроенных к Вашей

организации представителей СМИ. Задача. Ваши PR-рекомендации, способствующие эффективному (для Вас) проведению пресс-конференции

29. *Проективная ситуация. Условие.* В настоящее время в Российской Федерации активно обсуждаются вопросы необходимости развития студенческого спорта. Один из физкультурных вузов принял решение разработать свою программу развития студенческого клубного спорта. Задача. Предложите авторам программы технологии информационно-рекламного сопровождения процесса её разработки и реализации.
30. *Проективная ситуация. Условие.* В обществе сложился стереотип, что все профессиональные спортивные клубы являются дотационными (финансируются за счёт регионального бюджета или бюджета государственных корпораций) и «сидят на шее» налогоплательщиков. Задача. Являясь руководителем PR-отдела одного из профессиональных клубов, разработайте стратегию «отстройки» Вашей организации от подобного негативного образа.

6.3. Рекомендации обучающимся по подготовке к государственному экзамену

При подготовке к государственному экзамену обучающийся знакомится с перечнем вопросов, вынесенных на государственный экзамен, и списком рекомендуемой литературы. Для успешной сдачи государственного экзамена обучающийся должен посетить предэкзаменационную консультацию, которая проводится по вопросам, включенным в программу государственного экзамена.

Обучающемуся на экзамене предоставляется ручка, листы бумаги, калькулятор. Обучающимся и лицам, привлекаемым к ГИА, во время проведения государственных аттестационных испытаний запрещается иметь при себе и использовать средства связи.

Государственный экзамен проводится в соответствии с утвержденным расписанием государственной итоговой аттестации. На экзамене студенты получают экзаменационный билет, включающий 2 вопроса и 1 задачу (проективную ситуацию).

Устный ответ заслушивается государственной экзаменационной комиссией. В зависимости от полноты и глубины ответа на поставленные вопросы, членами государственной экзаменационной комиссии могут быть заданы дополнительные вопросы.

После заслушивания ответов на вопросы экзаменационных билетов всех обучающихся группы, комиссия принимает решение и выставляет

отметки. Результаты государственного аттестационного испытания объявляются в день его проведения всей группе после окончания экзамена.

6.4. Критерии оценки результатов сдачи государственного экзамена

При ответе на вопросы государственного экзамена выпускник должен продемонстрировать умение использовать знания, полученные в процессе изучения различных дисциплин (гуманитарных, социально-экономических, естественнонаучных, универсальных и специальных) для решения конкретных практических задач в области специализации. Ответы на вопросы теории и практики связей с общественностью и рекламы должны содержать глубокое обоснование с позиции других дисциплин, связанных с данной проблемой.

Результаты каждого государственного аттестационного испытания определяются оценками "отлично", "хорошо", "удовлетворительно", "неудовлетворительно". Оценки "отлично", "хорошо", "удовлетворительно" означают успешное прохождение государственного аттестационного испытания.

Оценка знаний обучающихся производится по следующим критериям:

Оценка	Описание
«отлично»	<ul style="list-style-type: none">• Продемонстрирован высокий уровень владения культурой мышления, способность к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения;• обнаруживают всестороннее и систематическое и глубокое знание программного материала;• демонстрируют знание современной учебной и научной литературы;• способны творчески применять знания теории к решению задач профессионального характера;• владеют понятийным аппаратом;• демонстрируют способность к анализу и сопоставлению различных подходов к решению заявленной в билете проблематики;• подтверждают теоретические положения

	<p>примерами из профессиональной практики.</p> <ul style="list-style-type: none"> • обнаруживают знание программного материала; • усвоили основную и наиболее важную дополнительную литературу; • способны применять знание теории к решению задач профессионального характера; • допускают отдельные погрешности и неточности при ответе.
«хорошо»	<ul style="list-style-type: none"> • обнаруживают знания основного программного материала в объеме, необходимом для предстоящей работы по профессии; в целом усвоили основную литературу; • способны применять знание теории к решению задач профессионального характера; • допускают существенные погрешности в ответе на вопросы экзаменационного билета и при выполнении практических заданий.
«удовлетворительно»	<ul style="list-style-type: none"> • обнаруживают значительные пробелы в знаниях основного программного материала; • допускают принципиальные ошибки в ответе на вопросы экзаменационного билета; • демонстрируют незнание теории и практики коммуникаций.
«неудовлетворительно»	

7. Перечень рекомендуемой литературы для подготовки к государственному экзамену и его информационное обеспечение

а) Основная литература:

1. Алексеев С. В. Правовые основы профессиональной деятельности в спорте: учебник. Рекомендовано для высшего профессионального образования Физическая культура.- Москва: Спорт, 2017.- 668 стр.

<https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=471212>

2. Алексеев С. В. Спортивный маркетинг: правовое регулирование: учебник. Рекомендовано для студентов высших учебных заведений, обучающихся «Физическая культура и спорт». - Москва: Юнити-Дана, Закон и право, 2017.- 647 стр.

<https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=682238>

3. Антипов, К.В. Основы рекламы: учебник. - 3-е изд. - Москва: «Дашков и К°», 2017. - 326 с. <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=454031>

4. Евстафьев В. А. , Молин А. В. Организация и практика работы рекламного агентства: учебник по направлениям подготовки «Реклама и связи с общественностью».-М: Дашков и К°, 2019.-508 с.

<https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=621637>

5. Дмитриева Л.М. Социальная реклама: учебное пособие. – М.: Юнити-Дана, 2015. -271 с. <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=118141>
6. Кирия И. В., Новикова А. А. История и теория медиа : учебник для вузов - Москва: Издательский дом Высшей школы экономики, 2020.- 424 стр.
<https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=471753>
7. Мандель Б. Р. Психология рекламы: иллюстрированное учебное пособие для студентов высших учебных заведений.- Москва, Берлин: Директ-Медиа, 2019.- 382 стр.
<https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=270327>
8. Мандель Б. Р. Основы проектной деятельности: учебное пособие. - Москва, Берлин: Директ-Медиа, 2018.- 294 стр.
<https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=485308>
9. Марочкина С. С., Шуванов И. Б., Щетинина Е. В. Медиарилейшнз и медиапланирование: учебное пособие для студентов направления подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью». -Сочи: Сочинский государственный университет, 2020.-46 стр.
<https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=618216>
10. Милюкова А. Г.Теория и практика связей с общественностью и рекламы (внутрикорпоративный PR): учебное пособие. - Рекомендовано по направлению подготовки «Реклама и связи с общественностью».- Барнаул: Алтайский государственный университет, 2020.-196 стр.
<https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=610849>
11. Москалев С. М. Связи с общественностью в органах власти: учебное пособие.-Санкт-Петербург: СПбГАУ, 2021.-163 стр.
<https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=621134>
12. Набокова Л. С., Ноздренко Е. А., Теория и практика массовой информации: учебное пособие для вузов.- Красноярск: Сибирский федеральный университет (СФУ), 2016.- 242 стр.
<https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=497361>
13. Никитин, Т.В. Особенности рекламного образа и приемы его создания. - Москва Лаборатория книги, 2010. - 80 с.
<http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=88257>
14. Панкратов, Ф.Г. Основы рекламы: учебник. - Москва: «Дашков и К°», 2017. - 538 с.
<http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=454093>.
15. Паутов А.Д. Пропаганда и связи с общественностью в сфере физической культуры и спорта: учебное пособие. -Омск: Сибирский государственный университет физической культуры и спорта, 2020.- 144 стр.
<https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=607568>
16. Передельский А. А. Физическая культура и спорт в отражении философских и социологических наук. Социология спорта : учебник для высших учебных заведений физической культуры. - Москва: Спорт, 2016.- 417 стр.
<https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=461353>

17. Хомяков, В.И. Правовое регулирование средств массовой информации и рекламы: учебное пособие. - Москва; Берлин : Директ-Медиа, 2017. - 264 с. <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=476726> .
18. Чумиков А. Н. Имидж – репутация – бренд : традиционные подходы и новые технологии: сборник научных трудов. Рекомендовано для студентов вузов, обучающихся по направлению подготовки «Реклама и связи с общественностью».-Москва, Берлин: Директ-Медиа, 2015ю- 107 стр. <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=375635>
19. Шагдарова Б.Б. Интернет-реклама. -Улан-Удэ: Бурятский государственный университет, 2016. - 116 с. <https://rucont.ru/efd/603246>
20. Шарков Ф. И. Интегрированные коммуникации: реклама, публик рилейшнз, брендинг: учебное пособие. Рекомендовано для студентов вузов, обучающихся по направлению подготовки «Реклама и связи с общественностью». -Москва: Дашков и К°, 2022.- 323 стр. <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=684408>
21. Шарков Ф. И., Бузин В. Н. Интегрированные коммуникации: массовые коммуникации и медиапланирование: учебник. Рекомендовано для студентов бакалавриата, обучающихся по направлению подготовки «Реклама и связи с общественностью». -Москва: Дашков и К°, 2018. - 486 стр. <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=112200>
22. Шарков Ф. И. Коммуникология : основы теории коммуникации: учебник для студентов «Связи с общественностью». -Москва: Дашков и К°, 2021.- 488 стр. <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=621689>
23. Шпаковский, В.О. Организация и проведение рекламных мероприятий посредством ВТЛ-коммуникаций: учебное пособие.- Москва: «Дашков и К°», 2017. - 128 с. <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=452651> .
24. Шпаковский В. О., Егорова Е. С. PR-дизайн и PR-продвижение: учебное пособие. Рекомендовано для студентов вузов, обучающихся по направлению Реклама Связи с общественностью. - Москва, Вологда: Инфра-Инженерия, 2018.- 453 стр. <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=493884>
25. Шевченко Д. А.Цифровой маркетинг: учебник. -Москва: Директ-Медиа, 2022.- 185 стр. <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=686507>

б) Дополнительная литература:

1. Афанасьев, Г.С. Event-мероприятия как инструмент продвижения товарных брендов и услуг. - Москва: Лаборатория книги, 2012. - 108 с. <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=139178>
2. Бойко А. И. Спонсоринг: учебное пособие.- Москва: Московский государственный университет экономики, статистики и информатики, 2004.- 57 стр. <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=93216>

3. Девлетов, О.У. История отечественной рекламы за 150 лет (1840–1990): учебное пособие для студентов вузов- Москва; Берлин: Директ-Медиа, 2016. - 348 с. <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=429705> .
4. Демешин, Л.В. Нестандартные формы и методы рекламы, оценка коммуникативной и экономической эффективности. - Москва: Лаборатория книги, 2012. - 145 с. <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=141479>
5. Джафаров, К.А. Исследования в рекламе: учебное пособие. - Новосибирск: НГТУ, 2010. - 92 с. <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=228957>
6. Исаенко, Е.В. Экономические и организационные основы рекламной деятельности: учебное пособие. - 2-е изд., перераб. и доп. - Москва: Юнити-Дана, 2012. - 352 с. <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=118545> .
7. Ковалевский В., Калиева О., Организация рекламной деятельности: учебное пособие. - Оренбург: Оренбургский государственный университет, 2012.- 122 стр. <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=259222>
8. Кунгурцев К.И. Правовые аспекты регулирования рекламного рынка в России / К.И. Кунгурцев. - Москва: Лаборатория книги, 2012. - 109 с. <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=141919>
9. Лаптев, А.В. Реклама и PR-технологии в управлении предприятием. - Москва: Лаборатория книги, 2011. - 112 с. <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=142346>
10. Никулина, С.А. Психология массовой коммуникации: учебное пособие. - Москва: Директ-Медиа, 2014. - 170 с. <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=235650> .
11. Постатейный комментарий к Федеральному закону «О рекламе»: комментарий. Официальные документы.-Москва: Статут, 2012.- 462 стр. <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=448881>
12. Протасова О. Л. Связи с общественностью и имидж в политической сфере российского общества: учебное пособие. -Тамбов: ТГТУ, 2015.-83 стр. <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=445035>
13. Рогожин М. Ю.Теория и практика рекламной деятельности: учебное пособие.- Москва, Берлин: Директ-Медиа, 2014.-208 с. <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=253716>
14. Сибатуллина А. М. Организация проектной и научно-исследовательской деятельности: учебное пособие. Магистратура.-Йошкар-Ола:ПГТУ,2012.- 93с. <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=277052>

15. Синяева А.М. Маркетинг PR и рекламы: учебник.-Москва: Юнити-Дана, 2015.-495 с.
<https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114709>
16. Синяева И.М. Интегрированные маркетинговые коммуникации: учебник.- Москва: Юнити-Дана, 2015. - 504 с.
<http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=119438>
17. Ткаченко, Н.В. Креативная реклама: технологии проектирования: учебное пособие / Н.В. Ткаченко, О.Н. Ткаченко; под ред. Л.М. Дмитриевой. - Москва: Юнити-Дана, 2015. - 336 с. - (Азбука рекламы). - ISBN 978-5-238-01568-2 [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114422> .
18. Трушина, Л.Е. История отечественной и зарубежной рекламы: учебник- Москва: «Дашков и К°», 2016. - 246 с.
<http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=453360> .
19. Шарков Ф. И.
Интегрированные коммуникации: правовое регулирование в рекламе, связях с общественностью и журналистике: учебное пособие. Рекомендовано для студентов вузов, обучающихся по направлению подготовки “Реклама и связи с общественностью”. - Москва: Дашков и К°, 2016. - 334 стр.
<https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=453930>
20. Эриашвили Н.Д. Правовое регулирование рекламной деятельности: учебное пособие. - Москва: Юнити-Дана, 2015. - 240 с. - [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=116651> .

б) Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

1. Медиалогия. - <http://www.mlg.ru/>
2. Интерфакс. - <http://www.interfax.ru/>
3. Эксперт (деловой еженедельник). - <http://expert.ru/>
4. МОК <http://www.olympic.org/>
5. Профессиональный PR-портал <http://www.sovetnik.ru/>
6. Портал Реклама, маркетинг, PR <http://www.pr-life.ru/>
7. Информационный портал <http://pr-info.ru/>
8. Российская ассоциация специалистов связей в общественностью специализированный <http://www.raso.ru/>
9. Репутациология – российский журнал о репутации. - <http://www.intereconom.com/reputiology.html>
10. Всероссийский специализированный журнал «Пресс-служба» <http://www.press-service.ru/about/>
11. Блог о пиар <http://www.press-service.ru/about/>

12. Наука о рекламе <http://www.btpr.ru/>
13. Блог о пиар и рекламе <http://www.adme.ru/>
14. RWR. Реклама в России. www.rwr.ru
15. allBranding. Технологии брендинга. www.allbranding.ru
16. Технология продажи ТВ рекламы по GRP. www.grp.ru
17. Mediaplan. <http://www.mediaplan.ru/>
18. Outdoor.ru. Наружная реклама. <http://www.outdoor.ru>
19. Ресурсы социальной рекламы. <http://www.1soc.ru/>
20. Время рекламы. Теория и практика рекламы. СМИ. РА <http://advtime.ru/>
21. Рекламные идеи. О брендинге и креативе <http://www.advi.ru/>
22. Состав. Портал о рекламе. www.sostav.ru
23. Adindex. Сайт о рекламе и маркетинге. <http://www.adindex.ru/>
24. Advertology Наука о рекламе. www.advertology.ru
25. AdVesti. Сайт, посвященный рекламодателям. www.advesti.ru
26. Media-online. Все о рекламе. <http://www.media-online.ru>
27. Сайты спортивных федераций, клубов, персональные сайты спортсменов.
28. Сайты СМИ о спорте (<http://www.sport.ru>, <http://news.sportbox.ru/sport> ,
<http://www.topsport.ru/ts/index.asp>, <http://www.championat.com/>, телеканал
<https://matchtv.ru>).
29. <http://school-collection.edu.ru> - Единая коллекция цифровых образовательных ресурсов.
30. <http://fcior.edu.ru> - Федеральный центр информационно-образовательных ресурсов.

– *современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы:*

1. «Университетская библиотека онлайн» ЭБС. – www.biblioclub.ru
2. Национальный цифровой ресурс «Рукопт» ЭБС. – www.rucont.ru
3. Электронная библиотека диссертаций и авторефератов РГБ – www.rsl.ru

7. Программа процедуры защиты выпускной квалификационной работы, включая подготовку к защите и процедуру защиты, в соответствии с содержанием ГИА

7.1. Требования к организации и проведению итоговой государственной аттестации

Для проведения государственной итоговой аттестации и проведения апелляций по результатам государственной итоговой аттестации в РГУФКСМиТ приказом ректора по представлению структурного подразделения создаются государственные экзаменационные комиссии (ГЭК) по каждой основной образовательной программе высшего образования, и апелляционная комиссия. Председатель государственной экзаменационной комиссии утверждается приказом ректора РГУФКСМиТ не позднее 31 декабря года, предшествующего году проведения государственной итоговой аттестации из числа лиц, не работающих в РГУФКСМиТ, имеющих ученую степень доктора наук и (или) ученое звание профессора либо являющихся ведущими специалистами – представителями работодателей или их объединений в соответствующей области профессиональной деятельности. Председатели государственных экзаменационных комиссий организуют и контролируют деятельность комиссий, обеспечивают единство требований, предъявляемых к обучающимся при проведении государственной итоговой аттестации.

Состав государственных экзаменационных комиссий утверждаются приказом ректора РГУФКСМиТ не позднее, чем за 1 месяц до даты начала государственной итоговой аттестации. Указанные комиссии действуют в течение календарного года.

Государственные экзаменационные и апелляционные комиссии действуют в течение одного календарного года.

В состав государственной экзаменационной комиссии входят председатель указанной комиссии и не менее 4 членов указанной комиссии. Члены государственной экзаменационной комиссии являются ведущими специалистами – представителями работодателей или их объединений в соответствующей области профессиональной деятельности (далее – специалисты), и (или) лицами, которые относятся к профессорско-преподавательскому составу РГУФКСМиТ и (или) иных организаций и (или) научными работниками РГУФКСМиТ и (или) иных организаций и имеют ученое звание и (или) ученую степень.

Доля лиц, являющихся ведущими специалистами – представителями работодателей или их объединений в соответствующей области профессиональной деятельности (включая председателя государственной экзаменационной комиссии), в общем числе лиц, входящих в состав государственной экзаменационной комиссии, должна составлять не менее половины.

Защита выпускных квалификационных работ проводится на открытых заседаниях государственных комиссий с участием не менее двух третей ее состава. Решения государственных экзаменационных комиссий принимаются на закрытых заседаниях простым большинством голосов членов комиссий, участвующих в заседании, при обязательном присутствии председателя или его заместителя. При равном числе голосов председатель комиссии обладает правом решающего голоса.

Все заседания государственных комиссий оформляются протоколами.

7.2. Подготовка к защите (предварительная защита) выпускной квалификационной работы

Законченная выпускная квалификационная работа подписанная бакалавром, предоставляется научному руководителю в предусмотренный графиком срок.

Предварительная защита выпускной квалификационной работы проводится на выпускающей кафедре (не менее чем за один месяц до защиты) с целью проверки подготовленности бакалавра к защите в ГАК в форме краткого отчета о степени реализации полученного задания и достигнутых результатах. После просмотра и одобрения выпускной квалификационной работы и ее успешной предварительной защиты на кафедре, научный руководитель подписывает ее и вместе со своим письменным отзывом представляет заведующему кафедрой за 15 дней до защиты.

В отзыве научный руководитель указывает:

–соответствие содержания выпускной квалификационной работы целевой установке;

–научный уровень, полноту, качество и новизну разработки темы; степень самостоятельности, инициативы и творчества бакалавра, его деловые качества;

–умение работать с литературой; умение производить расчеты и анализировать полученные результаты, обобщать, делать научные и практические выводы; качество оформления работы; мнение о возможности присвоения квалификации.

В выводах определяется уровень подготовки бакалавра и возможность представления выпускной квалификационной работы к защите.

Заведующий кафедрой, на основании представленных материалов, решает вопрос о допуске выпускной квалификационной работы к защите, делая об этом соответствующую запись в протоколе заседания кафедры. В случае, если заведующий кафедрой не считает возможным допускать бакалавра к защите выпускной квалификационной работы, этот вопрос рассматривается на заседании кафедры с участием научного руководителя. На основании протокола заседания кафедры, представленного директору института (Гуманитарный), готовится распоряжение о недопуске бакалавра к защите. На основании распоряжения директора института издается приказ ректора о допуске (недопуске) бакалавров выпускного курса к защите выпускной квалификационной работы.

Выпускная квалификационная работа, допущенная выпускающей кафедрой к защите, направляется на рецензию. Состав рецензентов утверждается заведующим кафедрой из числа специалистов университета.

Рецензия должна содержать объективную оценку выпускной квалификационной работы и отражать:

–актуальность темы, полноту и качество выполнения задания; научную, техническую, экономическую целесообразность;

–наличие элементов исследовательского характера, умение анализировать, обобщать и делать выводы;

- достоинства и недостатки выпускной квалификационной работы;
- качество оформления выпускной квалификационной работы;
- возможность допуска выпускной квалификационной работы к защите.

Рецензия должна заканчиваться выводами о полноте разработки темы, о теоретическом и практическом значении выпускной квалификационной работы, о возможной области использования результатов выпускной квалификационной работы. Рецензия должна быть подписана рецензентом и датирована. Обязательно должны быть указаны место работы, должность, фамилия, имя и отчество рецензента. Заведующий кафедрой знакомит с рецензией бакалавра-дипломника и направляет выпускную квалификационную работу с рецензией в ГАК для защиты (не позднее, чем за два дня до начала работы ГАК).

7.3. Процедура защиты

Порядок защиты выпускной квалификационной работы определяется Положением об итоговой государственной аттестации выпускников высших учебных заведений Российской Федерации (утв. приказом Минобрнауки РФ от 25.03.2003 №1155) и Положением об итоговой государственной аттестации выпускников Российского государственного университета физической культуры, спорта, молодежи и туризма.

Защита выпускных квалификационных работ проводятся на открытых заседаниях государственной экзаменационной комиссии. Обучающимся и лицам, привлекаемым к ГИА, во время проведения государственных аттестационных испытаний запрещается иметь при себе и использовать средства связи.

Защита начинается с представления обучающегося, далее следует доклад обучающегося по теме бакалаврской работы. В своем докладе бакалавр раскрывает актуальность выбранной темы, основную цель и задачи, конкретизирующие и развивающие цель исследования, освещает научную новизну предмета исследования, теоретическую значимость исследования. Научно-практическую значимость исследования

обучающийся подтверждает полученными результатами. Во время доклада автор использует специально подготовленные иллюстративные материалы в виде презентаций и раздаточного материала для членов комиссии. По окончании доклада обучающемуся задают вопросы председатель, члены комиссии.

Выпускнику разрешается пользоваться своей работой. По докладу и ответам на вопросы ГЭК судит о широте кругозора обучающегося, его эрудиции, оценивает навык публичного выступления и умение аргументировано отстаивать свою точку зрения при ответах на вопросы.

Результаты защиты оцениваются по всей совокупности имеющихся данных, в том числе: по содержанию ВКР; по оформлению ВКР; по докладу выпускника; по ответам выпускника на вопросы при защите.

После выступления всех обучающихся группы, комиссия принимает решение и выставляет отметки. Результаты защиты ВКР объявляются в тот же день.

7.4. Перечень примерных тем выпускных квалификационных работ

1. Технологии позиционирования фитнес-клуба эконом-класса (на конкретном примере)
2. Фотопроекты как инструмент продвижения и реализации бизнес-интересов спортивных организаций
3. Коммуникационные стратегии в сфере физической культуры и спорта (на конкретном примере)
4. Разработка стратегии выведения на рынок нового спортивного продукта (на конкретном примере)
5. Специфика продвижения экстремальных видов спорта (на примере конкретного вида спорта)
6. PR-поддержка любительского танцевального клуба (на примере конкретной компании)

7. PR-технологии развития некоммерческих спортивных организаций (на конкретном примере)
8. PR-кампания спортивного мероприятия как комплекс социокультурных практик (на конкретном примере)
9. Занятия самообороной как инструмент формирования корпоративной культуры организации (на конкретном примере)
10. Использование PR-технологий в продвижении спортивной моды как жизненного стиля современной молодежи
11. Технология использования спортсменов непопулярных видов спорта в рекламе
12. PR-продвижение круглосуточного фитнес-центра (на примере конкретной сети фитнес-центров)
13. PR-поддержка спортивно-массовых мероприятий (на конкретном примере)
14. Технологии привлечения sport ctlebrity к выборным кампаниям кандидатов (на конкретном примере)
15. Разработка мероприятий по формированию имиджа спортивной федерации (на конкретном примере)
16. Исследование потребностей целевого рынка и их использование в рекламной деятельности спортивного ритейлера
17. PR-обеспечение спортивных турниров по виду спорта: сравнительный анализ российского и западноевропейского опыта
18. Исследование рекламного рынка физкультурно-спортивных услуг
19. Спортивное соревнование как пространство продвижения коммерческих организаций (на конкретном примере)
20. Формирование комплекса маркетинговых коммуникаций спортивной организации
21. Спорт как инструмент формирования позитивного имиджа исламских государств
22. Личностный PR сотрудника фитнес-клуба как фактор продвижения организации

23. Репутация отечественного спорта как объект деятельности PR-специалиста
24. Инновационные PR-технологии привлечения зрителей на футбольные стадионы и тенденции их развития
25. Коммуникативная составляющая продвижения профессионального футбольного клуба (на конкретном примере)
26. PR-продвижение социально-спортивных проектов (на примере конкретного проекта)
27. PR-технологии как средство трансформации женской моды в спорте
28. Продвижение здорового образа жизни посредством социальной рекламы
29. Использование спортивных special events в качестве инструмента маркетинга компаний. Опыт и перспективы развития в российских компаниях
30. Сравнительный анализ эффективности продвижения интеллектуальных продуктов в спорте
31. Эффективность государственных PR-кампаний в продвижении массового спорта в России
32. Эстетическая основа современных спортивных практик
33. Формирование медийных образов спорта на TV посредством PR-технологий
34. PR как инструмент формирования практик внедрения здоровьесберегающих технологий в дошкольном образовании
35. Агрессия спортивных болельщиков как проблемное поле использования PR-технологий
36. Зарубежный опыт PR-поддержки фитнеса: сравнительный анализ деятельности в различных социально-культурных схемах

По письменному заявлению обучающегося (нескольких обучающихся, выполняющих выпускную квалификационную работу совместно) может в установленном локальными нормативными актами РГУФКСМиТ порядке

предоставить обучающемуся (обучающимся) возможность подготовки и защиты выпускной квалификационной работы по теме, предложенной обучающимся (обучающимися), в случае обоснованности целесообразности ее разработки для практического применения в соответствующей области профессиональной деятельности или на конкретном объекте профессиональной деятельности.

7.5. Требования к выпускным квалификационным работам и порядку их выполнения, порядку его подготовки и представления

ВКР должна отвечать следующим требованиям:

- носить научный характер, по утвержденной теме ВКР;
- иметь четкую структуру, завершенность и отвечать требованиям логичного, последовательного изложения материала, обоснованности сделанных выводов и предложений;
- отражать наличие умений самостоятельно собирать, систематизировать материалы и анализировать сложившуюся ситуацию (проблему) в практике или в данной сфере деятельности;
- свидетельствовать о добросовестном использовании данных отчетности и опубликованных материалов отечественных и зарубежных авторов;
- положения, выводы и рекомендации ВКР должны опираться на новейшие статистические данные, действующие нормативные акты, достижения науки и результаты практики, иметь, при необходимости, расчетно-аналитическую часть и др.;
- содержать теоретические положения, самостоятельные выводы;
- иметь достоверные цитируемые источники, в соответствии с указанными ссылками.

ВКР представляет собой законченную разработку актуальной гуманитарной проблемы в сфере ФКиС и должна обязательно включать в себя как теоретическую часть, где обучающийся должен продемонстрировать знания основ теории рекламы и связей с

общественностью по разрабатываемой проблеме, так и практическую часть, в которой необходимо показать умение использовать для решения поставленных в работе задач методов, изученных ранее научных дисциплин (модулей).

Бакалаврская работа выполняется под руководством научного руководителя. Для работ, выполненных на стыке научных направлений, могут привлекаться научные консультанты.

Выпускная квалификационная работа выполняется каждым обучающимся в отдельности. Однако, в случае, если работа отличается комплексностью и значительной трудоемкостью, допускается ее выполнение несколькими обучающимися. В этом случае в задании и в формулировке темы должно быть четко указано, какая ее часть закреплена за каждым обучающимся.

Тексты ВКР размещаются в электронно-библиотечной системе РГУФКСМиТ и проверяются на объём заимствования. Порядок проверки на объём заимствования, в том числе содержательного, выявления неправомерных заимствований устанавливается соответствующими локальными нормативными актами РГУФКСМиТ.

Текст ВКР в формате Adobe Reader после успешного прохождения ее защиты размещается в электронно-библиотечной системе РГУФКСМиТ. Для размещения в электронно-библиотечной системе Университета ВКР в электронном формате Adobe Reader (PDF), записанные на CD-диск (CD-R, CD-RW), передаются сотрудниками соответствующего института на основании акта приема-передачи сотрудникам центральной отраслевой библиотеки по физической культуре и спорту РГУФКСМиТ в течение двух месяцев после прохождения успешной защиты ВКР.

Дополнительные требования к ВКР отражены в Методических материалах для обучающихся по подготовке и процедуре проведения ГИА.

7.6. Критерии оценки результатов защиты выпускных квалификационных работ

Результаты каждого государственного аттестационного испытания определяются оценками "отлично", "хорошо", "удовлетворительно", "неудовлетворительно". Оценки "отлично", "хорошо", "удовлетворительно" означают успешное прохождение государственного аттестационного испытания.

Критерии оценки ВКР:

1. Соблюдение регламента защиты (10 мин.).
2. Обоснование актуальности, изложение целей и задач исследования, основного содержания разделов выпускной квалификационной работы, интерпретация основных эмпирических результатов работы, обоснование выводов и рекомендаций.
3. Манера изложения доклада (ясность, четкость, свободное владение материалом).
4. Демонстрация иллюстративного материала (инфографики), умение интерпретировать их, обосновать закономерности, отражаемые ими.
5. Лаконизм, конкретность и аргументированность ответов на вопросы.
6. Учет замечаний рецензента, умение оппонировать при необходимости.

Каждый критерий оценивается по четырехбалльной шкале: «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

критерии	показатели			
	оценки «2 – 5»			
	неудовлетвор	удовлетворит	хорошо	отлично
Соблюдение регламента защиты	Свыше 10 мин	Свыше 10 мин	Соблюден	Соблюден
Обоснование актуальности, изложение целей и задач исследования, основного содержания разделов	Актуальность не обосновывается, цели и задачи не согласованы с темой ВКР, содержание	Актуальность работы либо не сформулирована, либо сформулирована в самых общих чертах;	Автор обосновывает актуальность работы в целом. Сформулированы цель, задачи, предмет/объект. Тема работы	Актуальность работы обоснована анализом состояния действительности. Сформулиро

<p>выпускной квалификационной работы, интерпретация основных эмпирических результатов работы, обоснование выводов и рекомендаций</p>	<p>разделов не раскрыто, проблема не выявлена и не аргументирована, интерпретация не соответствует теоретическому содержанию, выводы не обоснованы, рекомендаций нет</p>	<p>не четко сформулированы цель, задачи, предмет/объект исследования, содержание разделов раскрыто не полностью, результаты эмпирических исследований не связаны с целью и задачами работы, выводы либо отсутствуют, либо присутствуют только формально</p>	<p>соответствует содержанию работы. Осуществлена интерпретация основных эмпирических результатов работы, обоснованы выводы, даны рекомендации</p>	<p>ваны цель, задачи, предмет/объект и методы, используемые в работе. Раскрыто основное содержание разделов ВКР, четко произведена интерпретация основных эмпирических результатов работы, логически обоснованы выводы и даны рекомендации</p>
<p>Манера изложения доклада (ясность, четкость, свободное владение материалом)</p>	<p>Автор совсем не ориентируется в содержании и терминологии работы, изложение сбивчивое</p>	<p>Автор недостаточно хорошо ориентируется в тематике, путается в изложении содержания</p>	<p>Автор не всегда обоснованно и конкретно выражает свое мнение по поводу основных аспектов содержания работы</p>	<p>Автор демонстрирует ясность, четкость, свободное владение материалом ВКР</p>
<p>Демонстрация иллюстративного материала (инфографики), умение интерпретировать их, обосновать закономерности, отражаемые</p>	<p>Иллюстративный материал отсутствует, неумение интерпретировать и обосновывать закономерности</p>	<p>Иллюстративный материал представлен недостаточно, интерпретация и обоснование закономерностей нечеткое</p>	<p>Наличие иллюстративного материала, достаточное умение его интерпретации и обоснование отражаемых закономерностей</p>	<p>Активная демонстрация иллюстративного материала, детальная его интерпретация, обоснование</p>

ими				закономерностей, отражаемых ими
Лаконизм, конкретность и аргументированность ответов на вопросы	У автора отсутствует конкретность и аргументированность ответов на вопросы	Недостаточная конкретность и аргументированность ответов на вопросы членов ГАК	Автор достаточно уверенно владеет содержанием работы, в основном, отвечает на поставленные вопросы, но допускает незначительные неточности при ответах	Автор уверенно владеет содержанием работы, показывает свою точку зрения, опираясь на соответствующие теоретические положения, грамотно и содержательно отвечает на поставленные вопросы
Учет замечаний рецензента, умение оппонировать при необходимости	Автор не учитывает замечаний рецензента, не умеет оппонировать при необходимости	Недостаточный учет замечаний рецензента, слабое оппонирование	Автор учитывает замечания рецензента, старается оппонировать при необходимости	Автор руководствуется замечаниями рецензента, с успехом оппонировать при необходимости
Оценка работы	Оценка «2» ставится, если бакалавр обнаруживает непонимание содержания работы и неумение применять полученные знания на практике,	Оценка «3» ставится, если студент на низком уровне владеет методологическим аппаратом, допускает неточности при формулировке	Оценка «4» ставится, если студент на достаточно высоком уровне овладел методологическим аппаратом, осуществляет содержательный анализ теоретических	Оценка «5» ставится, если студент на высоком уровне владеет методологическим аппаратом, осуществляет сравнительный

	защиту строит не связно, допускает существенные ошибки, которые не может исправить даже с помощью членов комиссии, практическая часть исследования не выполнена	теоретических положений, профессиональных понятий и терминов, материал излагается не связно, практическая часть исследования выполнена некачественно	источников, но допускает отдельные неточности в теоретическом обосновании и во владении профессиональными и понятиями и терминами	о-сопоставительный анализ разных теоретических подходов или концепций, практическая часть исследования выполнена качественно и на высоком уровне
--	---	--	---	--

Общая оценка выставляется на основании следующих условий:

«отлично» – если по пяти и более критериям работа оценена на «отлично», а по остальным «хорошо»;

«хорошо» – если по пяти и более критериям работа оценена на «хорошо» и «отлично», а по остальным критериям «удовлетворительно»;

«удовлетворительно» – если по пяти критериям работа оценена не ниже «удовлетворительно», а по двум – «неудовлетворительно»;

«неудовлетворительно» – если по трем и более критериям работа оценена «неудовлетворительно».

Государственная аттестационная комиссия оценивает качество ВКР и все этапы защиты: презентацию результатов работы, понимание вопросов, задаваемых студенту членами ГАК, и ответы на вопросы, умение вести дискуссию с рецензентом, квалификацию и общий уровень понимания исследованной проблемы, продемонстрированные студентом в процессе защиты, общий уровень культуры общения с аудиторией.

При выставлении итоговой оценки учитывается предварительная оценка, выставленная рецензентом, а также оценки, выставленные за защиту каждым членом ГАК. Итоговая оценка может не совпадать с предварительными оценками работы.

ВКР должна содержать совокупность результатов и научных положений, выдвигаемых автором для защиты, иметь внутреннее единство, свидетельствовать о способности автора самостоятельно вести научный поиск или творческую разработку, используя теоретические знания и практические навыки, видеть профессиональные проблемы, знать методы и приемы решения. Содержание работы могут составлять результаты теоретических и экспериментальных исследований, разработка новых методов и методических подходов к решению научных проблем, а также решение задач прикладного характера.

Окончательная оценка за выпускную квалификационную работу бакалавра выставляется по совокупности комиссией ГИА при закрытом обсуждении. Руководитель работы и рецензент пользуются правом совещательного голоса. При равенстве голосов голос председателя имеет перевес.

в) Перечень информационных технологий, используемых при проведении ГИА, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем:

– программное обеспечение ГИА:

1. Операционная система –Microsoft Windows
2. Офисный пакет приложений – MicrosoftOfficeStandard, MicrosoftOfficePro (MicrosoftWord, MicrosoftExcel, MicrosoftPowerPoint, MicrosoftOutlook)
3. Локальная антивирусная программа – Dr.Web
4. Программа отображения и обработки файлов в формате печатного документа – Adobe Acrobat DC
5. Информационно-правовое обеспечение – Гарант

– современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы:

4. «Университетская библиотека онлайн» ЭБС. – www.biblioclub.ru
5. Национальный цифровой ресурс «Рукопт» ЭБС. – www.rucont.ru

6. Электронная библиотека диссертаций и авторефератов РГБ –
www.rsl.ru

8. Описание материально-технической базы, необходимой для проведения ГИА

Для проведения государственной итоговой аттестации используются:

– Мультимедийный класс, включающий специализированное оборудование: проектор, экран, персональный компьютер с выходом в сеть Internet;

– Учебные аудитории для проведения государственной итоговой аттестации, групповых предэкзаменационных консультаций с комплектом аудиторной мебели, ученической доской;

– ручки, бумага.

9. Порядок проведения государственной итоговой аттестации для выпускников из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья

Для выпускников из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья ГИА проводится образовательной организацией с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья таких выпускников (далее - индивидуальные особенности).

При проведении ГИА обеспечивается соблюдение следующих общих требований:

1) проведение ГИА для лиц с ограниченными возможностями здоровья в одной аудитории совместно с выпускниками, не имеющими ограниченных возможностей здоровья, если это не создает трудностей для выпускников при прохождении ГИА;

2) присутствие в аудитории ассистента, оказывающего выпускникам необходимую техническую помощь с учетом их индивидуальных особенностей (занять рабочее место, передвигаться, прочитать и оформить задание, общаться с членами государственной экзаменационной комиссий);

3) пользование необходимыми выпускникам техническими средствами при прохождении ГИА с учетом их индивидуальных особенностей;

4) обеспечение возможности беспрепятственного доступа выпускников в аудитории, туалетные и другие помещения, а также их пребывания в указанных помещениях (наличие пандусов, поручней, расширенных дверных проемов, лифтов при отсутствии лифтов аудитория должна

располагаться на первом этаже, наличие специальных кресел и других приспособлений).

Дополнительно при проведении ГИА обеспечивается соблюдение следующих требований в зависимости от категорий выпускников с ограниченными возможностями здоровья:

а) для слепых:

– задания для выполнения, а также инструкция о порядке ГИА оформляются рельефно-точечным шрифтом Брайля или в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением для слепых, или зачитываются ассистентом;

– письменные задания выполняются на бумаге рельефно-точечным шрифтом Брайля или на компьютере со специализированным программным обеспечением для слепых, или надиктовываются ассистенту;

– выпускникам для выполнения задания при необходимости предоставляется комплект письменных принадлежностей и бумага для письма рельефно-точечным шрифтом Брайля, компьютер со специализированным программным обеспечением для слепых;

б) для слабовидящих:

– обеспечивается индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс;

– выпускникам для выполнения задания при необходимости предоставляется увеличивающее устройство;

– задания для выполнения, а также инструкция о порядке проведения ГИА оформляются увеличенным шрифтом;

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

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

– по их желанию государственный экзамен может проводиться в письменной форме;

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

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

– по их желанию государственный экзамен может проводиться в устной форме.

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

- продолжительность сдачи государственного экзамена, проводимого в письменной форме, - не более чем на 90 минут;
- продолжительность подготовки обучающегося к ответу на государственном экзамене, проводимом в устной форме, - не более чем на 20 минут;
- продолжительность выступления обучающегося при защите выпускной квалификационной работы - не более чем на 15 минут.

9. Методические материалы для обучающихся по подготовке и процедуре проведения ГИА

Приложения к программе ГИА

Методические материалы для обучающихся по подготовке и процедуре проведения ГИА

Государственный экзамен:

Образец содержания билета при сдаче государственного экзамена:

Билет № 1

1. Теоретический вопрос
2. Теоретический вопрос
3. Проективная ситуация

Выпускная квалификационная работа:

Для руководства процессом подготовки и написания ВКР назначается научный руководитель.

Научный руководитель:

- оказывает помощь в выборе темы выпускной квалификационной работы;
- формирует задание на подготовку бакалаврской работы;
- оказывает помощь в разработке индивидуального графика работы на весь период выполнения выпускной квалификационной работы;

- помогает в составлении рабочего плана ВКР, подборе литературных источников и информации, необходимых для выполнения работы;
- проводит консультации, оказывает необходимую методическую помощь;
- проверяет выполнение работы и ее частей;
- оказывает помощь в подготовке презентации и доклада выпускной квалификационной работы для ее защиты.

После окончательного выбора темы обучающийся вместе с научным руководителем составляет план подготовки работы и получает от руководителя задание к выполнению выпускной квалификационной работы. В плане намечаются конкретные мероприятия и поэтапные сроки выполнения отдельных частей работы. Составленный план является рабочим вариантом содержания выпускной квалификационной работы с реферативным раскрытием его частей и разделов.

После получения задания на подготовку выпускной квалификационной работы обучающийся должен приступить к непосредственной работе над ВКР. Нужно помнить, что подготовка ВКР является научным исследованием, требующим определенного времени.

Контроль хода выполнения работ, предусмотренных заданием, осуществляется в процессе проведения индивидуальных консультаций. Научный руководитель регулярно заслушивает доклады о перечне выполненных работ. Так же руководитель оказывает необходимую методическую помощь.

Научный руководитель проверяет качество работы и степень самостоятельности обучающегося при выполнении работы, его личный вклад в обоснование выводов и предложений, соблюдение графика выполнения выпускной квалификационной работы.

Выпускная квалификационная работа должна отвечать следующим требованиям:

- авторская самостоятельность;
- полнота исследования;

- внутренняя логическая связь, последовательность изложения;
- грамотное изложение на русском литературном языке;
- высокий теоретический уровень.

Работа оформляется в виде текста, выполненного с применением компьютерных технологий с приложениями, графиками, таблицами, схемами, списком использованной литературы.

Рекомендуемый объем бакалаврской работы – от 65 до 80 страниц печатного текста без приложений.

Обучающийся должен начать работу над темой с внимательного изучения современных научных разработок в тематической области проводимого исследования, установить степень проработанности темы, найти возможные различные точки зрения российских и зарубежных специалистов по изучаемым вопросам.

В последующем из таких фрагментов формируется конспект будущей работы, представляющий собой логическое и краткое изложение своими словами обработанного материала.

При изучении литературы необходимо выявить дискуссионные вопросы по изучаемой теме. При этом следует привести высказывания ряда авторов, стоящих на разных научных позициях, дать сравнительную, критическую оценку их точек зрения и представить собственное суждение по данному вопросу, обязательно его обосновать в работе. Оно может быть выражено в форме согласия с научными взглядами одного из авторов (или группы авторов) и аргументировано научными доводами, положениями. Собственное суждение может представлять и совершенно иную новую научную позицию выпускника, имеющую веские теоретические доказательства и логические рассуждения, опирающиеся на сравнительную оценку различных взглядов ученых. Изложение научных позиций, суждений по изучаемой теме других исследователей и формирование собственного взгляда свидетельствуют о глубине проработки теоретического материала, творческом подходе к разрабатываемой выпускной квалификационной работе и повышают ее качество и ценность.

Выпускная квалификационная работа должна содержать: титульный лист, содержание, введение, основную часть, заключение, список использованных источников, приложения.

Каждая глава имеет название в соответствии с темой исследования и подразделяется на соответствующие параграфы и подпараграфы.

По согласованию с научным руководителем при разработке отдельных тем допускаются некоторые отступления от рекомендуемой структуры работы.

Рекомендуемая типовая структура

Наименование разделов, глав, частей	Кол-во страниц (не более)
ВВЕДЕНИЕ	2
ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ (НАЗВАНИЕ)	25
1.1. Определение, выявление предмета исследования. Уточнение терминологии	5
1.2. Обзор современного состояния научных разработок в области объекта и предмета исследования	10
1.3. Обзор методических разработок в проблемной области объекта и предмета исследования	10
ГЛАВА 2. АНАЛИТИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ (НАЗВАНИЕ)	30
2.1. Краткая характеристика исследуемого объекта	5
2.2. Анализ состояния проблемы, вскрытие недостатков и причин, их обусловивших	10
2.3. Выявление тенденций развития, обозначение путей совершенствования процесса, предложение технологий возможного совершенствования исследуемого объекта	15
ГЛАВА 3. ПРОЕКТНАЯ ЧАСТЬ (НАЗВАНИЕ)	
3.1. Постановка задач и разработка проекта совершенствования объекта	10
3.2. Разработка плана мероприятий по реализации проекта	10
3.3. Оценка эффективности проектных решений	5
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	3
Излагаются теоретические и практические выводы и предложения, возникшие в результате исследования	
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ	2-3
ПРИЛОЖЕНИЯ	Без огранич-й

Таким образом, типовая структура выпускной квалификационной работы состоит из введения, трех частей (глав): теоретической, аналитической и проектной, заключения, списка использованной литературы и приложений. Объем каждой части (главы), должен составлять примерно 20 – 30 страниц.

Общий объем выпускной квалификационной работы, должен быть не более 100 страниц.

Титульный лист – первый лист выпускной квалификационной работы заполняется по установленной форме.

Содержание включает в себя название глав и параграфов. Напротив названий указываются ссылки на номера страниц, с которых начинается освещение материала раздела и подраздела.

Во **введении** раскрывается актуальность выбранной темы (аргументируется своевременность выбранной проблемы исследования); отражается степень разработанности проблемы (насколько полно эта тема раскрыта в трудах исследователей); обозначается объект и предмет анализа, формулируется цель и конкретные задачи, которые планируется решить в процессе написания работы; описывается логика изложения материала (последовательность описываемых проблем); отражается методология работы (описывается теоретическая база трудов исследователей и другая литература, на которую опирался автор в процессе исследования поставленных проблем); указываются хронологические рамки и информационная база исследования.

Обоснование **актуальности** выбранной темы подразумевает демонстрацию сути проблемной ситуации, ее значимости, важности, приоритетности среди других тем и событий, злободневность. Правильное раскрытие актуальности темы ВКР свидетельствует об умении выпускника вычленять главное, отделять известное в науке, практике и неизвестное в предмете исследования.

Формулировка **цели ВКР** подразумевает конструирование модели результата исследования, постановка конкретных **задач**, которые предстоит

решать в соответствии с этой целью, предполагает указание этапов достижения цели. При постановке задач следует использовать термины: «проанализировать...», «обосновать...», «раскрыть...», «выявить...», «охарактеризовать...». Задач должно быть три, при этом каждая должна соответствовать трем главам. В совокупности они образуют общую тактику реализации поставленной цели. Фактически основная часть ВКР – последовательное и логическое решение поставленных во введении задач. Поэтому часто формулировки задач могут совпадать с названиями глав или параграфов основной части. Задачи указываются во введении в виде перечисления.

Далее формулируются **объект** и **предмет** исследования. **Объект** научного исследования – это избранный элемент реальности в сфере физической культуры и спорта, который порождает проблемную ситуацию и избирается для изучения. **Предмет** научного исследования – логическое описание объекта, избирательность которого определена предпочтениями исследователя в выборе точки мысленного обзора, аспекта, «среза» отдельных проявлений наблюдаемого сегмента реальности.

Объект исследования всегда шире, чем его предмет. Если объект – это область деятельности, то предмет – это изучаемый процесс в рамках объекта исследования. После этого необходимо обосновать **методологическую, теоретическую** и **эмпирическую** основу ВКР, её **новизну** и **практическую** значимость.

Обязательным требованием к тексту введения является указание **методов**, которыми пользовался автор. Методы могут быть различными: как общенаучными, так и конкретно-научными, как аналитическими, так и дескриптивными (описательными).

Эмпирической базой исследования может служить общая статистическая информация; конкретный цифровой материал по отдельным регионам, городам, сферам деятельности, публикуемый в периодических изданиях, а также специальные данные (параметры международных и отдельных спортивных организаций).

Хронологические рамки зависят от эмпирической базы исследования, доступности цифрового материала и основных задач квалификационной работы. Обучающемуся при работе над ВКР необходимо использовать информационную базу за последние 3-5 лет. Устаревшие статистические данные значительно снижают качество работы и степень адекватности сформулированных выводов современной ситуации в исследуемой сфере.

В **заключительной** части введения необходимо кратко сказать о структуре работы.

Основная часть ВКР должна включать три главы (теоретическую, практическую и проектную).

Первая глава носит общетеоретический характер. В ней на основе изучения отечественных и зарубежных источников излагается сущность проблемы, рассматриваются различные подходы к решению, дается их оценка, обосновываются и излагаются собственные позиции. Эта глава служит теоретическим обоснованием будущих разработок.

При освещении исследуемой проблемы не допускается переписывание содержания учебников, учебных пособий, монографий, Интернет-ресурсов без соответствующих ссылок на источник. Ссылки на источник указываются внизу каждой страницы.

Стиль изложения должен быть литературным и научным, недопустимо использование без особой необходимости (например, при цитировании) разговорных выражений, подмены профессиональных терминов их бытовыми аналогами. При описании тех или иных процессов, явлений не стоит прибегать к приемам художественной речи, злоупотреблять метафорами. Научный стиль изложения предполагает точность, ясность и краткость. Иногда стремление приблизиться к научному стилю выражается в излишне громоздком изложении положений работы, что усложняет понимание того, что на самом деле хотел сказать автор и из достоинства работы превращается в ее недостаток. Теоретическая глава должна включать не более 3 самостоятельных параграфов.

Вторая глава носит аналитический характер. В ней дается анализ изучаемой проблемы. При этом не указываются только факты, а выявляются тенденции развития, вскрываются недостатки и причины, их обусловившие, намечаются пути их возможного устранения. Эта глава служит технико-экономическим обоснованием последующих разработок. От полноты и качества ее выполнения зависят глубина и обоснованность предлагаемых мероприятий. Содержание второй главы ВКР необходимо иллюстрировать таблицами, схемами, диаграммами и другими материалами, которые размещаются по тексту работы или даются в приложении.

Для более глубокого изучения отдельных вопросов могут быть проведены специальные анкетные исследования и опросы специалистов.

Необходимо учитывать, что:

- приводимые факты и цифровой материал должны быть обоснованными и достоверными (необходимы ссылки на источники информации при использовании цифрового материала и статистических данных, отчетные данные приводятся в приложении, на которое делается ссылка);

- при подборе фактических данных из разных источников для сравнения следует обеспечить их сопоставимость;

- цифровой материал должен отражать общую направленность и закономерность исследуемого процесса, а не исключения из них.

В ходе анализа устанавливаются причинно-следственные связи и зависимости, выявляются недостатки и негативные явления в изучаемом процессе, рассматриваются факторы изменений, колебаний в сфере физической культуры и спорта. Кроме этого, указываются причины, повлиявшие на изменения в процессе, явления, как в общетеоретическом, историческом, так и в конкретно обособленном, специфическом аспектах.

Период времени, за который приводятся фактические данные и статистический материал, зависит от особенностей исследуемого процесса. В отдельных случаях возможно представление и прогнозных показателей,

углубляющих изучаемую тему. Аналитическое исследование должно быть представлено в 2-3 самостоятельных параграфах.

Третья глава является проектной. В ней разрабатываются предложения, которые носят конкретный характер, доведены до стадии разработки и обеспечивают их практическое применение. Базой служит анализ проблемы, исследуемой во второй главе, а также имеющийся прогрессивный отечественный и зарубежный опыт. Обязательным для ВКР является логическая связь между главами и последовательное развитие основной темы на протяжении всей работы.

В **заключении** излагаются теоретические и практические выводы и предложения, возникшие в результате исследования. Изложение краткое и четкое, дающее полное представление о содержании, значимости, обоснованности и эффективности разработок. В заключении должны быть представлены основные выводы по теории вопроса, по оценке достоверности полученных результатов и сравнении с аналогичными результатами отечественных и зарубежных работ и всем предлагаемым направлениям совершенствования проблемы с оценкой их эффективности по конкретному объекту исследования, возможности внедрения разработанных предложений в практику. При изложении выводов обязательно указать авторскую роль в проведенном исследовании (что разработано, предложено автором, точки зрения, выводы, прогноз и т.д.).

Список литературы должен содержать сведения об источниках, использованных при составлении текстового документа. При отсылке к источнику, упоминание которого включено в библиографический список, в тексте документа после упоминания о нем (или после цитаты из него) делаются соответствующие ссылки, которые оформляются в виде сносок на той странице, где дается ссылка. В список включаются все использованные при подготовке выпускной квалификационной работы, а не только те, на которые имеется ссылка в тексте работы.

Источники необходимо располагать в следующей последовательности:

1. Нормативные правовые акты.

2. Официальные материалы (резолюции и рекомендации международных организаций и конференций, официальные доклады, официальные отчеты и др.).

3. Монографии, учебники, учебные пособия.

4. Научные статьи.

5. Сайты Интернета.

Списки разделов составляются в алфавитном порядке.

Для печатных изданий указываются Ф.И.О. автора, название работы, место издания, наименование издательства, год издания и количество страниц общего объема книги.

К **приложениям** относится вспомогательный материал, который при включении в основную часть работы загромождает текст. Он включает промежуточные расчеты, таблицы цифровых данных, инструкции, методики, иллюстрации вспомогательного характера, заполненные формы отчетности и другие документы, регистры учета. Если приложений более 10-ти, то их следует объединить по видам. Все приложения помещаются после списка литературы. Располагать приложения следует в порядке появления ссылок на них в тексте. В приложении должен помещаться материал, дополняющий текст документа и носящий информационный характер. Номера страниц приложения не проставляются, но в общую нумерацию страниц включаются.

Общие требования к оформлению работы

Оформление выпускной квалификационной работы должно быть единообразным и отвечать стандартным требованиям, предъявляемым при подготовке печатных работ.

ВКР оформляется на компьютере, текст печатается на стандартной нелинованной белой бумаге формата А4 с одной стороны листа.

Заголовки глав, введение, заключение, список использованных источников, приложения располагаются в середине строки без точки в конце и пишутся прописными буквами в середине строки.

Заголовки пунктов (параграфов) печатаются с абзацного отступа строчными буквами с первой прописной буквы без точки в конце. Если заголовок включает несколько предложений, их разделяют точками. Переносы в заголовках не допускаются.

Главы и пункты обозначаются арабскими цифрами, разделенными точками. Номер пункта (параграфа) включает номер главы и порядковый номер параграфа, например, 1.1, 1.2, 1.3 и т.д., выделять главы и разделы нельзя. Подпункты же можно выделять только полужирным шрифтом, а не курсивом. Каждая новая глава начинается с новой страницы. Это же правило относится к другим основным структурным частям работы: введению, заключению, списку литературы, приложениям. Текст работы должен быть выровнен по ширине.

Изложение ВКР должно быть логичным, четким, литературным, вестись в безличной форме (например, «мы предлагаем...» или «по нашему мнению...»).

Расстояние между заголовками и текстом должно быть 2 интервала. Шрифт Times New Roman, размер шрифта 14, междустрочный интервал – полуторный. Поля: слева – 30 мм, сверху и снизу – по 20 мм, справа – 10 мм.

Все страницы нумеруются, начиная с третьей страницы (титульный лист, и содержание не нумеруются, но считаются первой, второй страницей). Цифру порядкового номера страницы ставят в середине нижнего поля страницы арабскими цифрами 11 размером кегля.

Текст делят на абзацы. Каждый абзац начинается с красной строки. Красная строка – отступ от левого края 125 мм.

Выпускная квалификационная работа должна быть переплетена.

Оформление таблиц, рисунков, графиков иллюстраций– рисунками считаются чертежи, схемы, формы документов, собственно рисунки, фотографии и т.п. Рисунки имеют сквозную нумерацию. Например, для главы 2 нумерация рисунков будет 2.4, 2.5. где «2» это номер главы, а «4» порядковый номер рисунка.

В тексте ВКР на каждый рисунок необходимо делать ссылку, например, «На рис.3.1 представлено...». Рисунки должны иметь названия. Названия, как и номера, располагаются под рисунком, выравнивание по центру. В необходимых случаях к рисунку дается пояснительный текст.

Сравнивать показатели нужно при помощи таблиц, которые могут располагаться как в тексте, так и вынесены в раздел приложений. По всему тексту должны размещаться ссылки на таблицы, например, «В табл.3.4 приведены данные...». Таблицы размещаются сразу после текста, где указана ссылка и обязательное условие – сквозная нумерация таблиц. Сначала ставится номер раздела, а затем порядковый номер таблицы. Цифры разделяются точкой. Например, Таблица 3.4, где «3» – номер главы или раздела, а «4» – порядковый номер таблицы.

Наименование таблицы приводится сверху. Слово «Таблица» сокращать нельзя. Перед наименованием таблицы, отступив одну строку от предыдущего текста, по правому краю делается надпись: «Таблица 3.4». Далее на следующей строке по центру располагается наименование таблицы, ниже – сама таблица. Не рекомендуется перенос таблиц на другую страницу. Шрифт внутри таблицы может быть меньше 14-го. В случае если таблица занимает место по тексту, более полстраницы, ее рекомендуется перенести в приложения и далее по тексту делать ссылку на приложение.

Названия строк и столбцов в таблице начинаются с заглавной буквы, а в подзаголовках все буквы строчные. Точку можно ставить только в том случае, если есть сокращение. Также нельзя заголовки и подзаголовки строк (столбцов) разделять косыми линиями. В таблицах следует указывать единицы измерения. Допускается помещать таблицу вдоль длинной стороны листа.

Презентацию необходимо подготовить для более наглядного представления своей работы. Раздаточный материал представляется по желанию и служит для наглядного представления содержания доклада на защите. И презентация, и раздаточный материал – это иллюстративный материал, необходимый для успешной защиты. В нем отражаются в

наглядной форме основные положения проведенного исследования. Содержание раздаточного материала определяется автором самостоятельно в соответствии с графическим материалом выпускной работы. Это графики, диаграммы, рисунки, небольшие таблицы удобные для восприятия.

Раздаточный материал должен быть скреплен, сброшюрован в стандартные папки формата А4 и размножен в количестве экземпляров, соответствующих числу членов комиссии, и роздан им перед защитой.

Компьютерную презентацию, сопровождающую выступление докладчика, удобнее всего подготовить в программе MS Power Point. Презентация как документ представляет собой последовательность сменяющих друг друга слайдов – то есть электронных страничек, занимающих весь экран монитора (без присутствия панелей программы). Чаще всего демонстрация презентации проецируется на большом экране, реже – раздается собравшимся как печатный материал.

На слайды помещается фактический материал (таблицы, графики, фотографии и пр.), который является уместным и достаточным средством наглядности, помогает в раскрытии стержневой идеи выступления. В этом случае к слайдам предъявляются следующие требования:

- выбранные средства визуализации информации (таблицы, схемы, графики и т. д.) соответствуют содержанию;
- использованы иллюстрации хорошего качества (высокого разрешения), с четким изображением.

Максимальное количество графической информации на одном слайде – 2 рисунка (фотографии, схемы и т.д.) с текстовыми комментариями (не более 2 строк к каждому). Наиболее важная информация должна располагаться в центре экрана.

Если на слайде приводится сложная диаграмма, ее необходимо предварить вводными словами (например, «На этой диаграмме приводится то-то и то-то, зеленым отмечены показатели А, синим – показатели Б»), с тем, чтобы дать время аудитории на ее рассмотрение, а только затем приступать к ее обсуждению. Каждый слайд, в среднем должен находиться

на экране не меньше 40-60 секунд. В связи с этим лучше настроить презентацию не на автоматический показ, а на смену слайдов самим докладчиком.

Особо тщательно необходимо отнестись к оформлению презентации. Для всех слайдов презентации необходимо использовать один и тот же шаблон оформления, кегль – для заголовков – не меньше 24 пунктов, для информации – для информации не менее 18. В презентациях не принято ставить переносы в словах.

Наилучшими являются контрастные цвета фона и текста (белый фон – черный текст). Лучше не смешивать разные типы шрифтов в одной презентации.

Каждый слайд презентации необходимо пронумеровать. Номер страницы и указание темы и автора работы показывают в нижней части слайда. Презентация должна иметь титульный лист с указанием темы, Ф.И.О. исполнителя, Ф.И.О. научного руководителя.

специалиста/бакалавра

**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ, СПОРТА, МОЛОДЕЖИ И ТУРИЗМА
(ГЦОЛИФК)»**

ГУМАНИТАРНЫЙ ИНСТИТУТ

кафедра рекламы, связей с общественностью и социально-
гуманитарных проблем

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА

на тему:

**«ТЕМА ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЫ,
УТВЕРЖДЕННАЯ ПРИКАЗОМ»**

42.03.01 – Реклама и связи с общественностью

Исполнитель:

Студент _____ курса профиля

«Спортивная реклама и PR»

(очной/заочной) формы обучения

Фамилия Имя Отчество

Научный руководитель:

указать должность научного руководителя по кафедре,

ученую степень и ученое звание

Фамилия И.О.

Москва – 201__

МИНИСТЕРСТВО СПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский государственный университет физической культуры, спорта, молодежи и туризма
(ГЦОЛИФК)»



Институт Гуманитарный

Кафедра рекламы, связей с общественностью и социально-гуманитарных проблем

МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ

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

Направленность (профиль): Спортивная реклама и PR
(наименование)

Уровень образования: *бакалавриат*

Форма обучения: *очная и заочная*

Год набора 2022, 2023, 2024 г.

Москва – 2021г.

Методические материалы утверждены и рекомендованы
Экспертно-методическим советом
Гуманитарного института
Протокол № 1а от «01» октября 2021г.

Методические материалы обновлены
Экспертно-методическим советом
Гуманитарного института
Протокол № от « » 20 г.

Методические материалы обновлены
Экспертно-методическим советом
Гуманитарного института
Протокол № от « » 20 г.

Методические материалы обновлены
Экспертно-методическим советом
Гуманитарного института
Протокол № от « » 20 г.

Составитель: Кошелева Анна Владимировна, доктор культурологи, доцент
зав.кафедры рекламы, связей с общественностью и социально-гуманитарных
проблем РГУФКСМиТ

(ФИО, наличие степени, звания, должность, кафедра)

1. Учебно-методическое обеспечение для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю), практике, итоговой (государственной итоговой) аттестации

ОПОП должна обеспечиваться учебно-методической документацией по всем дисциплинам, и профессиональным модулям ОПОП. Внеаудиторная работа должна сопровождаться методическим обеспечением и обоснованием времени, затрачиваемого на ее выполнение.

Реализация ОПОП должна обеспечиваться доступом каждого обучающегося к базам данных и библиотечным фондам, формируемым по полному перечню дисциплин (модулей) ОПОП. Во время самостоятельной подготовки обучающиеся должны быть обеспечены доступом к информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" (далее – сеть Интернет). Каждый обучающийся должен быть обеспечен не менее чем одним учебным печатным и (или) электронным изданием по каждой дисциплине профессионального учебного цикла и одним учебно-методическим печатным и (или) электронным изданием по каждому междисциплинарному курсу (включая электронные базы периодических изданий). Учебно-методическое обеспечение ОПОП Библиотечный фонд должен быть укомплектован печатными и (или) электронными изданиями основной и дополнительной учебной литературы по дисциплинам всех учебных циклов, изданной за последние 5 лет.

Библиотечный фонд, помимо учебной литературы, должен включать официальные, справочно-библиографические и периодические издания в расчете 1-2 экземпляра на каждые 100 обучающихся. Каждому обучающемуся должен быть обеспечен доступ к комплектам библиотечного фонда, состоящего не менее чем из 3 наименований российских журналов. Образовательное учреждение должно предоставить обучающимся возможность оперативного обмена информацией с российскими образовательными учреждениями и доступ к современным профессиональным базам данных и информационным ресурсам сети Интернет.

1.1. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности (практического опыта), и характеризующих этапы формирования компетенций обучающихся по дисциплине (модулю)

Промежуточная аттестация (экзамен, дифференцированный зачет,зачет)

Экзамен преследует цель оценить работу студента за семестр, полученные теоретические знания, прочность их, развитие творческого мышления, приобретение навыков самостоятельной работы, умение синтезировать полученные знания и применять их к решению практических задач.

Дифференцированный зачет преследует цель проверки степени усвоения учебного материала и лекционных занятий, качества усвоения обучающимися отдельных разделов учебной программы, сформированных умений и навыков.

Зачет преследует цель оценить работу студента за семестр, полученные теоретические знания, прочность их, развитие творческого мышления, приобретение навыков самостоятельной работы, умение синтезировать полученные знания и применять их к решению практических задач.

Текущий контроль

Текущий контроль успеваемости проводится с целью получения необходимой информации о степени и качестве освоения обучающимися учебного материала, степени достижения поставленных целей обучения, принятия мер по совершенствованию организации учебного процесса по дисциплине. Формы и виды текущего контроля по дисциплине определяются рабочей учебной программой дисциплины.

Одним из элементов текущего контроля успеваемости студентов является внутрисеместровая аттестация (контрольный срез текущей успеваемости), оценка результатов которой позволяет принять оперативные меры к ликвидации текущих задолженностей и организации более ритмичной сдачи контрольных точек.

Внутрисеместровая аттестация проводится, как правило, в середине каждого семестра, но не позднее, чем за месяц до начала сессии. Итоги внутрисеместровой аттестации отражаются преподавателями в аттестационной ведомости записями «аттестован» или «не аттестован» и учитываются при допуске студентов к сдаче зачета или экзамена по соответствующим дисциплинам.

Аттестация по итогам семестра проводится в следующих формах: экзамена по дисциплине; зачета по дисциплине; защиты курсовой работы; защиты отчета по практике. Формы аттестации по каждой дисциплине определяются учебным планом.

Для проведения промежуточных и итоговых аттестаций используются оценочные средства:

- вопросы и задания к зачетам и экзаменам по учебным дисциплинам (содержатся в рабочих программах);
- типовые, тестовые, практические, проектно-аналитические задания;
- экзаменационные билеты;
- формы отчетности по практике;

Для аттестации обучающихся на соответствие их персональных достижений поэтапным требованиям ОПОП (текущий контроль успеваемости и промежуточная аттестация) создаются фонды оценочных средств, включающие типовые задания, контрольные работы, тесты, кейсы и другие методы контроля, позволяющие оценить знания, умения и уровень приобретенных компетенций с

высокой степенью объективности (надежности), обоснованности и сопоставимости.

Конкретные формы и процедуры текущего и промежуточного контроля знаний по каждой дисциплине разрабатываются преподавателями самостоятельно и доводятся до сведения обучающихся в течение первого месяца обучения.

Помимо индивидуальных оценок преподавателя используются взаимооценки студентов в форме рецензирования научных сообщений и рефератов.

Условия активизации текущего контроля: –содействие руководства и опытных преподавателей в подготовке материалов для текущего контроля; – стимулирование личной заинтересованности в проведении текущего контроля; – рационализация усилий по организации активного текущего контроля. Последнее из условий предполагает на начальном этапе наиболее трудоёмкую и кропотливую деятельность педагога.

Показателями качества самостоятельной работы студентов являются сформированные способы решения педагогических задач, творческие работы по проектированию, перенос теоретического знания в практическую деятельность, способность систематизировать материал, вести диалог в коллективе, осуществлять самооценку выполненной работы относительно требований стандарта, идей развивающего образования и ценностных ориентаций как целевых установок процесса обучения и воспитания.

К оценке качества сформированности компетенций привлекаются представители заинтересованных организаций, преподаватели, ведущие смежные дисциплины в форме обсуждения выполненных обучающимися заданий и предварительных результатов исследовательской работы

Методические рекомендации по подготовке и проведению тестирования

Тест –система стандартизированных заданий, позволяющая автоматизировать процедуру измерения уровня знаний и умений обучающегося. Тестирование может проводиться как в письменном, так и в электронном виде. Для каждого теста предлагаются особые условия выполнения. **Текущее** тестирование используется в процессе обучения как один из инструментов педагогического процесса. Оно должно не только оценивать степень освоения отдельными обучающимися и группой в целом изучаемого раздела дисциплины, но и давать возможность в интерактивном режиме самостоятельно повысить уровень индивидуальных знаний по данной теме или дисциплине. **Итоговое** тестирование по дисциплине позволяет оценить уровень знаний студентов на соответствие рабочим планам по изучению дисциплины.

При самостоятельной подготовке к тестированию бакалавру необходимо:

а) готовясь к тестированию, проработать информационный материал по дисциплине. Проконсультироваться с преподавателем по вопросу выбора учебной литературы;

б) четко выяснить все условия тестирования заранее. Бакалавр должен знать, сколько тестов будет предложено, сколько времени отводится на тестирование, какова система оценки результатов и т.д.

в) приступая к работе с тестами, внимательно и до конца прочитать вопрос и предлагаемые варианты ответов. Выбрать правильные (их может быть несколько). На отдельном листке ответов выписать цифру вопроса и буквы, соответствующие правильным ответам;

г) в процессе решения желательно применять несколько подходов в решении задания. Это позволяет максимально гибко оперировать методами решения, находя каждый раз оптимальный вариант.

д) если встречается чрезвычайно трудный вопрос, не следует тратить много времени на него. Необходимо переходить к другим тестам. Вернуться к трудному вопросу в конце.

е) обязательно оставить время для проверки ответов, чтобы избежать механических ошибок.

Методические рекомендации по подготовке и проведению практических занятий

Одной из важных форм самостоятельной работы является подготовка к практическому занятию.

При подготовке к практическим занятиям студент должен придерживаться следующей технологии:

1. внимательно изучить основные вопросы темы и план практического занятия, определить место темы занятия в общем содержании, ее связь с другими темами;

2. найти и проработать соответствующие разделы в рекомендованных нормативных документах, учебниках и дополнительной литературе;

3. после ознакомления с теоретическим материалом ответить на вопросы для самопроверки;

4. продумать свое понимание сложившейся ситуации в изучаемой сфере, пути и способы решения проблемных вопросов;

5. продумать развернутые ответы на предложенные вопросы темы, опираясь на лекционные материалы, расширяя и дополняя их данными из учебников, дополнительной литературы.

В рамках практических занятий преподавателем предлагается выполнение практических заданий

Практические задания—в ходе выполнения практических заданий оцениваются умения пользоваться полученными знаниями. Начинается задание с сообщением темы и цели задания. Задание включает как теоретическую часть, так и практическую. Теоретическая часть. Здесь уместно провести сравнительный анализ известных подходов к данной теме (задаче), общую характеристику вопроса (темы, задачи). Из сравнительного анализа и общей характеристики логически обосновываются возможные варианты решения (трактовки, выработка предложений и пр.). Изложение самого решения. Обзор вариантов и

предложений. Свое видение темы, поставленной задачи. Практическая часть. Эта часть работы включает решение прикладной задачи. Студент анализирует условия задачи, производит анализ возможных подходов и методов решения, обосновывает выбранный им метод (методику, алгоритм) и подробно описывает процесс преобразований и полученное решение. Выводы (Заключение). Студенту необходимо выполнить анализ результатов, полученных в работе, как теоретических, так и практических. В итоге им должны быть сформулированы практические и/или теоретические рекомендации по теме задания.

Методические рекомендации по подготовке и демонстрации презентации

Презентация – вид учебной работы, выполняемый на основе преобразования документальной информации, раскрывающий суть изучаемой темы; представляет собой краткое изложение содержания книги, научной работы, результатов изучения научной проблемы важного социально-культурного, народнохозяйственного или политического значения в виде слайдов. Презентация отражает различные точки зрения на исследуемый вопрос, в том числе точку зрения самого автора. Изложенное понимание доклада как целостного авторского текста определяет критерии его оценки: новизна текста; обоснованность выбора источника; степень раскрытия сущности вопроса; соблюдения требований к оформлению.

Чтобы презентация произвела хорошее впечатление, и ответ казался полным и ясным, изначально стоит продумать план. Вне зависимости от того, какова цель презентации, правила оформления все равно будут одинаковы. Это может быть просто доклад или обзор реферата.

Презентация обязательно должна содержать:

- Титульный лист;
- Введение;
- Основную часть;
- Заключение.

На титульном листе должно быть написано название учебного заведения, курса и специальности, имя студента и имя преподавателя, а также обязательно название темы.

Введение должно содержать краткую информацию о работе.

В основную часть презентации, не стоит закидывать весь текст, так как презентация это графическое изображение вашего доклада. Лучший способ понять, что именно нужно разместить в основной части презентации, это представить, чтобы вам было интересно из работы, если бы вы ее слышали первый раз. Ведь вас будут слушать люди пусть и владеющие предметом, но всё же впервые видящие вашу работу.

Заключение должно содержать факты из вашей работы. Возможно, даже все выводы, которые вы сделали, изучив проблему. Поэтому постарайтесь это оформить так, чтобы итоги работы были наиболее понятны и могли восприниматься на слух, а также проиллюстрированы по возможности

дополнительными картинками. Необходимо найти изображения, которые будут целиком и полностью передавать суть текста, что используется на слайде.

Общие правила: обязательно используйте для заголовков строго один шрифт, на всех слайдах он не должен меняться; цвет основного текста должен совпадать на протяжении всей работы; фон и стиль слайдов, лучше всего выбирать светлый и один на протяжении всего доклада.

Методические рекомендации по подготовке реферата

Под **рефератом** подразумевается краткая запись идей, содержащихся в нескольких источниках, которая требует умения сопоставлять и анализировать различные точки зрения; одна из форм интерпретации исходного текста или нескольких источников. В реферате должна быть аргументировано представлена точка зрения студента, критическая оценка рассматриваемого материала и проблематики. Это творческая исследовательская работа, основанная, прежде всего, на изучении определенного количества научной и иной литературы по теме исследования.

Реферат, как правило, должен содержать следующие структурные элементы:

1. титульный лист;
2. содержание;
3. введение;
4. основная часть;
5. заключение;
6. список использованных источников;
7. приложения (при необходимости).

В содержании приводятся наименования структурных частей реферата, глав и параграфов его основной части с указанием номера страницы, с которой начинается соответствующая часть, глава, параграф.

Во введении необходимо обозначить обоснование выбора темы, ее актуальность, объект и предмет, цель и задачи исследования, описываются объект и предмет исследования, информационная база исследования.

В основной части излагается сущность проблемы и объективные научные сведения по теме реферата, дается критический обзор источников, собственные версии, сведения, оценки. Содержание основной части должно точно соответствовать теме проекта и полностью её раскрывать. Главы и параграфы реферата должны раскрывать описание решения поставленных во введении задач. Поэтому заголовки глав и параграфов, как правило, должны соответствовать по своей сути формулировкам задач реферата. Заголовка «ОСНОВНАЯ ЧАСТЬ» в содержании реферата быть не должно.

Текст реферата должен содержать адресные ссылки на научные работы, оформленные в соответствии требованиям ГОСТ. Также обязательным является наличие в основной части реферата ссылок на использованные источники. Изложение необходимо вести от третьего лица («Автор полагает...») либо использовать безличные конструкции и неопределенно-личные предложения («На

втором этапе исследуются следующие подходы...», «Проведенное исследование позволило доказать...» и т.п.).

В заключении приводятся выводы, к которым пришел студент в результате выполнения реферата, раскрывающие поставленные во введении задачи. Список литературы должен оформляться в соответствии с общепринятыми библиографическими требованиями и включать только использованные студентом публикации. Количество источников в списке определяется студентом самостоятельно, для реферата их рекомендуемое количество от 10 до 20.

В приложения следует выносить вспомогательный материал, который при включении в основную часть работы загромождает текст (таблицы вспомогательных данных, инструкции, методики, формы документов и т.п.).

Объем реферата должен быть не менее 12 и более 20 страниц машинописного текста через 1,5 интервала на одной стороне стандартного листа А4 с соблюдением следующего размера полей: верхнее и нижнее -2, правое – 1,5, левое – 3 см. Шрифт – 14.

Реферат может быть и рукописным, написанным ровными строками (не менее 30 на страницу), ясно читаемым почерком. Абзацный отступ – 5 печатных знаков. Страницы нумеруются в нижнем правом углу без точек. Первой страницей считается титульный лист, нумерация на ней не ставится, второй – оглавление. Каждый структурный элемент реферата начинается с новой страницы.

Список использованных источников должен формироваться в алфавитном порядке по фамилии авторов. Литература обычно группируется в списке в такой последовательности:

1. источники, законодательные и нормативно-методические документы и материалы;

2. специальная научная отечественная и зарубежная литература (монографии, учебники, научные статьи и т.п.);

Включенная в список литература нумеруется сплошным порядком от первого до последнего названия.

По каждому литературному источнику указывается: автор (или группа авторов), полное название книги или статьи, место и наименование издательства (для книг и брошюр), год издания; для журнальных статей указывается наименование журнала, год выпуска и номер. По сборникам трудов (статей) указывается автор статьи, ее название и далее название книги (сборника) и ее выходные данные.

Приложения следует оформлять как продолжение реферата на его последующих страницах. Каждое приложение должно начинаться с новой страницы. Вверху страницы справа указывается слово «Приложение» и его номер. Приложение должно иметь заголовок, который располагается по центру листа отдельной строкой и печатается прописными буквами.

На все приложения в тексте работы должны быть ссылки. Располагать приложения следует в порядке появления ссылок на них в тексте.

Методические рекомендации по подготовке и проведению деловой игры

Деловая игра

Деловые игры в своей основе имеют поиск оптимальных решений конкретной проблемы или задачи, которые возникают в практической деятельности студентов. Деловые игры в отличие от других традиционных методов обучения позволяют более полно воспроизводить деятельность студентов, выявлять затруднения и причины их появления, разрабатывать и оценивать варианты решения затруднений, принимать решения и определять механизмы их реализации. Это дает возможность рассматривать затруднения не абстрактно, а как конкретную задачу ситуацию.

Для каждой игры разрабатывается документация и необходимые методические материалы. Проспект деловой игры может содержать: название игры; концепцию игры, цели, ее общее содержание и условия проведения. В сценарии дается характеристика объекта деловой игры, порядок проведения, состав участников, перечень лиц, деятельность которых моделируется в игре, их роли, исходная информация, справочные материалы и таблицы, необходимые для обработки информации и подготовки соответствующего решения. Характеризуются правила и методические рекомендации игры и подведения итогов.

Функциональные роли участников деловой игры:

Руководитель игры (преподаватель)

Успех деловой игры и подведения ее итогов зависит от умения преподавателя (руководителя игры) вести дискуссию. В основном должны высказываться студенты, а не преподаватель (руководитель). Руководитель открывает дискуссию, поддерживает ее равновесие между участниками деловой игры и при необходимости управляет ею с помощью наводящих вопросов. Крайне нежелательно, чтобы преподаватель по ходу дискуссии выражал свою точку зрения, связанную с анализом проблемы или ситуации. Искусство руководителя заключается в том, чтобы с помощью наводящих вопросов заставить участников игры (студентов) пересмотреть предложенные позиции и выйти на правильное решение проблемы. Обязанность руководителя состоит в том, чтобы довести до сознания участников игры основные положения и выводы, дать четкое заключение, показать участникам игры, чего удалось добиться ее участникам. Незаконченность занятия, выразившаяся в недостаточно обстоятельном подведении итоговой деловой игры, может существенно обесценить всю большую работу по ее проведению.

Формирование команд:

К игрокам (студентам) предъявляются определенные требования, поэтому их подбор и подготовка проводятся с помощью специальных методов. Чаще всего при проверке степени подготовленности студентов к деловой игре применяются критериально-ориентированные тесты достижений (англ. test – проба, испытание, исследование). При этом устанавливается возможность совмещения игроками (студентами) нескольких ролей и исполнения одной роли несколькими игроками.

Для проведения игры необходима счетная группа. Ее подготовка идет параллельно с подготовкой игроков. На каждую команду игроков должно приходиться два человека счетной группы из числа студентов. Кроме того, нужен игрок-участник на все команды, который занимается созданием всякого рода помех и случайных ситуаций, что и служит основанием для принятия решений участниками деловой игры.

Игру следует разделить на несколько этапов.

На первом этапе формулируется цель игры и дается необходимая исходная информация, которая может быть представлена игрокам как на игре, так и заранее. Последний вариант является более предпочтительным, так как в этом случае участники не затрачивают времени на ознакомление с информацией и ее осмысливание в период занятия. Руководитель (преподаватель) должен дать участникам деловой игры инструкцию, в которой разъясняются особенности игры, порядок проведения и обсуждения; обратить их внимание на критерии оценки результатов деловой игры, учитывая, что обучаемые в основном работают в малых группах, и игра практически носит состязательный характер.

На практике довольно часто используются такие критерии оценки эффективности работы групп: доклад (содержательная часть, четкость сообщения, регламент, лаконичность); новизна предлагаемых мероприятий; глубина и широта анализа; обоснованность мероприятий; активность членов подгруппы в обосновании и защите предлагаемых мероприятий.

На этом этапе участники игры должны четко представить себе проблему или структуру задач, соотнести проблему с поставленной целью, составить малые группы (команды) и организовать их работу. Руководителю следует особое внимание обратить на формирование команд. Лучше, когда студент самостоятельно выбирает определённую проблему и самостоятельно решает, с какой группой участников игры у него есть желание работать. На этом этапе преподаватель в общих чертах знакомит участников с игрой и передает им материалы игры. Материалы должны быть размножены таким образом, чтобы каждый имел необходимые ему части. Затем каждый участник получает домашнее задание для изучения материалов игры и подготовки к контрольной проверке. Через определенное время проводится второе занятие, на котором преподаватель разбирает со студентами (игроками) неясные и спорные положения и предлагает им письменно ответить на вопросы, касающиеся содержания и порядка проведения деловой игры. После контроля усвоения процедуры игры проводится пробное (пилотажное) ее проигрывание. Убедившись, что участники игры достаточно хорошо усвоили ее процедуру, преподаватель объявляет о начале игры.

Второй этап – это самостоятельная работа участников (студентов) в командах. Приступая к решению проблемы или задачи, участники деловой игры не владеют в достаточной степени знаниями и умениями разрешения подобных проблем. Однако они пытаются с помощью преподавателя вникнуть и глубоко понять проблему, вырабатывают навыки анализа ситуаций и проявляют индивидуальные личностные способности студентов. При коллективном обсуждении в малых группах необходимо, чтобы свою позицию, свою точку

зрения имел возможность высказать каждый студент (участник группы). Коллективное обсуждение проблемы выявит разные подходы и решения одной и той же проблемы или задачи. Важно использование принципа консенсуса, т.е. единогласное принятие общих решений, но не путем голосования, а на основе предварительного соглашения и отсутствия возражений по поводу решения. Однако это не означает, что кто-либо из участников и в этом случае не может выйти на коллективное обсуждение в общей группе со своей точкой зрения.

Третий этап – это межгрупповая дискуссия. Каждая команда докладывает свой вариант разрешения рассматриваемой проблемы. Участники других команд выступают в качестве оппонентов, они задают вопросы, выступают с критическими замечаниями или в поддержку представленного проекта. Если игра проводится в несколько циклов, то после последнего цикла анализируются деятельность студентов (участников игры) и оценка каждого ее участника.

Продолжительность деловых игр зависит от сложности и масштаба проблемы. Важным понятием деловых игр является число периодов игры. Это то число, когда аналогичный контингент учащихся достаточно глубоко и полно осваивает учебный материал, предлагаемый в игре.

Учебные (имитационные) игры занимают все большее место в системе повышения знаний студентов. В них осуществляется и психологическая подготовка к восприятию нововведения, что является очень важным при его внедрении

Методические рекомендации по проведению фокус-группы

Метод интерактивного обучения. В рамках проведения «фокус-группы» участники овладевают методом экспертного анализа ситуаций, процессов, событий и других объектов предметного и социального мира. На основе разносторонней многофакторной экспертизы магистры разрабатывают комплекс мер по изменению ситуации, усовершенствованию организации деятельности, технологических процессов или субъектов деятельности. В «фокус-группах» рассматриваются только реальные ситуации (события и т.п.).

Перед проведением «фокус-группы» с ее участниками обязательно проводится *интеллектуальная разминка* в виде фронтального трехминутного «мозгового штурма». Проблемы, обсуждаемые в процессе «мозговой атаки» могут быть самыми различными: глобальными, локальными, серьезными и даже юмористическими, но обязательно разными.

В процессе разминки можно обсуждать: – способы защиты окружающей среды; – модернизацию технических конструкций; – социальное переустройство мира; – композиционные компоненты орнамента; – способы решения конфликтных ситуаций; – многофункциональное использование консервной банки; – многое другое.

Во время проведения разминки можно использовать ритуальные действия, техники релаксации и визуализации.

Второй этап проведения «фокус-группы» диагностический. Его целью является выяснение отношений участников к проблеме или изучаемому объекту и

степени их включенности в ситуацию в реальной жизнедеятельности. Задача преподавателя добиться того, чтобы студенты осознали уровень значимости рассматриваемого вопроса для них лично (или для коллектива, в котором они работают, для их семьи и т.д.).

Третий этап аналитический. Члены группы на этом этапе анализируют поставленную проблему (ситуацию, объект). Этот анализ может быть многофакторным всесторонним или же специализированным, узконаправленным в зависимости от решаемых задач, которые определяет преподаватель. Здесь, в работе группы, уместно использовать не только аналитические, но и ассоциативные методы.

Например, в «фокус-группе» ведется обсуждение личностных качеств менеджера по PR. Преподаватель может использовать следующий ряд вопросов, побуждающих к возникновению визуальных ассоциаций у студентов:

1. Как выглядел бы этот человек, если бы он зашел сейчас сюда к нам в аудиторию?
2. Во что он бы был бы одет?
3. Можете ли Вы описать его черты лица?
4. Что Вы можете сказать о его жестах, походке, особенностях речи?
5. Как Вы думаете, какими принципами в жизни руководствуется этот человек?
6. Что особенного в его отношении к подчиненным?
7. А как он себя будет вести в присутствии высокопоставленных руководителей?

На аналитическом этапе важно получить максимально полное, целостное представление об исследуемом объекте. Преподаватель должен постоянно задавать студентам вопросы, побуждающие их к активности. Следует отметить, что на этом этапе транзакции имеют вид «преподаватель-магистр». Обсуждение проблемы между магистрами не ведется, то есть используется фронтальная форма межсубъектного взаимодействия. Участники «фокус-группы» дают свою оценку изучаемому объекту.

Четвертый этап «фокус-группы» продуктивный. На этом этапе осуществляется коллективное обсуждение путей, методов, средств усовершенствования ситуации (объекта, процесса), создается его эталонный образ. Группа работает в режиме брейнсторминга.

Пятый этап – заключительный. На этом этапе осуществляется оценка и отбор наилучших идей. Преподаватель сообщает о результатах работы «фокус-группы». Осуществляется рефлексия занятия.

Методические рекомендации по решению кейсов

Кейс может быть дан как в качестве индивидуального задания, так и в качестве группового задания для анализа, решения и последующей презентации (защиты) полученных результатов. В целях «погружения» участников занятия в ситуацию можно воспользоваться методом разыгрывания ролей, «мозгового штурма», других форм обсуждения. Объясняя участникам занятия задачи работы

с кейсом, необходимо определить критериальную систему, в соответствии с которой результаты работы будут оцениваться.

Алгоритм решения кейса

•**этап 1.** Вдумчиво прочитайте текст, стараясь понять, чего, собственно, хотят от вас его составители. Читать нужно действительно внимательно, в тишине и с маркером в руке. Выделите ключевые цели, сформулируйте задачи. Если считаете нужным, поищите дополнительную информацию по теме кейса, а затем постарайтесь выдвинуть предварительную гипотезу. Не забудьте посвятить время организационным вопросам: наметьте структуру решения и методологию анализа, распределите между собой сферы ответственности.

•**этап 2.** Работайте параллельно, накапливая и поэтапно анализируя информацию. Готовые части решения лучше сразу оформлять в слайды и отправлять их члену команды, верстающему финальную презентацию.

•**этап 3.** Соедините все разрозненные части воедино, примите четкое решение, сделайте выводы и структурируйте все, что получилось в итоге.

•**этап 4.** В течение определенного времени поработайте над структурой презентации, оформите ее, проверьте и перепроверьте ключевые данные.

Сформированные на основе практического материала многие кейсы ставят творческие междисциплинарные задачи, работа над решением которых способствует развитию не только профессиональных, но и общекультурных компетенций. Обсуждение процесса и результатов решения кейса может стать хорошим предметом для организации тематической дискуссии в режиме онлайн, или в формате форума, обмена мнениями и взаимной поддержки по вопросам решения профессиональных задач.

Методические рекомендации по подготовке к семинару

Семинарские занятия призваны сформировать у студентов навыки анализа текстов массовой культуры и способность применять на практике полученные знания. Реализация поставленной цели требует от слушателей определенного уровня подготовки: навыков работы с литературой, навыков реферирования текстов, формулирования проблем и поисков пути их решения.

Выступления на семинаре предусматривают студенческие доклады, устные ответы, презентации, дополнения к ответам, дискуссии, благодаря которым слушатели учатся анализировать материал, извлекать из него обоснованные выводы, критически осмысливать различные точки зрения по проблемам развития культуры. Если студент самостоятельно не смог изучить тему или испытывает затруднения в ее освоении, то ему предлагается освоить материал с помощью преподавателя курса, в индивидуальном порядке на консультации.

Этапы подготовки к семинарскому занятию:

А) Работа над темой начинается с просмотра конспектов лекций. Необходимо вспомнить, о чем шла речь на лекционных занятиях, что было рекомендовано преподавателем. Затем, подобрать литературу по теме (не менее 3-

4-х источников). Сбор информации осуществляется путем анализа письменных и Интернет-источников.

Б) Обработка материала, фактов, данных делается с применением методов системного анализа, сравнительного анализа, контент-анализа. В ходе анализа и изучения темы, студент выписывает определения, составляет краткий конспект ответа или презентацию.

В) Выводы. В выводах студент обосновывает свою точку зрения на проблему.

Г) Структура планов семинарских занятий такова, что необходимо их предварительное изучение студентами. Аудиторное обсуждение семинарских вопросов строится на принципах добровольности, заинтересованности, открытости, критичности и аргументированности суждений. Рекомендованная к изучению по темам литература, которая не оговорена как «дополнительная», является обязательной.

Семинар должен выявить и повысить коммуникативную способность студента. При подготовке ответов на теоретические вопросы, при выполнении практических заданий и в самостоятельной работе студенты должны использовать адекватную терминологию и правильно ее употреблять. Работа на семинаре строится по схеме:

1. Восприятие теории
2. Актуализация имеющихся знаний
3. Закрепление навыков через практические задания.

Доклад на семинаре – этот вид контроля учит выступать с сообщениями, точно и доказательно выражать свои мысли на языке конкретной науки, анализировать факты, вести диалог, дискуссию, укрепляет интерес к науке и научным исследованиям, учит связывать научно-теоретические положения с практической деятельностью и приучает к самообразованию. Доклады на семинаре осуществляются после вступительного слова преподавателя. Затем последовательно заслушиваются доклады студентов по заранее обозначенным вопросам. После этого проводится обсуждение выступлений, дополнения со стороны других участников семинара. Все участники семинара определяют ценность прослушанной информации для практического использования, выявляют положительные и отрицательные моменты, разрешения проблем. В заключении преподавателем подводятся итоги всех выступлений.

Методические рекомендации по написанию доклада

Доклад – это научное сообщение на семинарском занятии, заседании студенческого научного кружка или студенческой конференции. Существует несколько стилей изложения, например, разговорный стиль, канцелярский и т.п. Студенческий доклад должен быть изложен языком науки. Это предполагает выполнение определенных требований. Основные признаки научного текста. Научный текст – это: 1) сообщение, которое опирается на широкое обобщение, на представительную сумму достоверных, подкрепленных документально и неоднократно проверенных фактов; 2) это сообщение о новых, ранее неизвестных

явлениях природы, общества; 3) это сообщение, написанное с использованием строгих однозначных терминов; 4) это сообщение, в котором нет предвзятого отношения к изучаемому предмету, бесстрастное и не навязывающее необоснованных оценок». В ходе научного доклада необходимо показать, насколько хорошо автор знаком с фундаментальными трудами по избранной теме, продемонстрировать владение методологией исследования, показать, что результат исследования есть результат широкого обобщения, а не подтасовка случайных фактов. Доклад начинается с научной актуальности темы, затем дается обзор предшествующих работ и, наконец, формулируется тезис – мысль, требующая обоснования. В качестве тезиса могут выступать: а) новые неизвестные факты; б) новые объяснения известных фактов; в) новые оценки известных фактов. Чем сомнительнее исходный тезис, тем больше аргументов требуется для его обоснования. Аргумент – это суждение, посредством которого обосновывается истинность тезиса. Аргументы, используемые в качестве доказательства, должны удовлетворять следующим требованиям: а) аргументы должны быть истинными утверждениями; б) истинность аргументов должна устанавливаться независимо от тезиса; в) приводимые аргументы не должны противоречить друг другу; г) аргументы, истинные только при определенных условиях нельзя приводить в качестве аргументов истинных всегда, везде и всюду; д) аргументы должны быть соразмерны тезисам.

Специфика доклада как устного сообщения. Поскольку доклад – это устное выступление, он отличается от письменных работ (рефератов, курсовых и дипломных работ). Для этого нужно соблюдать определенные правила.

Во-первых, необходимо четко соблюдать регламент. Для того чтобы уложиться в отведенное время необходимо: а) тщательно отобрать факты и примеры, исключить из текста выступления все, не относящееся напрямую к теме; б) исключить все повторы; в) весь иллюстративный материал (графики, диаграммы, таблицы, схемы) должен быть подготовлен заранее; г) необходимо заранее проговорить вслух текст выступления, зафиксировав время и сделав поправку на волнение, которое неизбежно увеличивает время выступления перед аудиторией.

Во-вторых, доклад должен хорошо восприниматься на слух. Это предполагает: а) краткость, т.е. исключение из текста слов и словосочетаний, не несущих смысловой нагрузки; б) смысловую точность, т.е. отсутствие возможности двойного толкования тех или иных фраз; в) отказ от неоправданного использования иностранных слов и сложных грамматических конструкций. И, наконец, главное: слушателю должна быть понятна логика изложения.

В третьих, необходимо постоянно поддерживать контакт с аудиторией. Для того, чтобы поддерживать постоянный контакт с аудиторией, используются разнообразные ораторские приемы. Основными из них являются следующие: а) риторические вопросы; б) паузы; в) голосовые приемы (понижение или повышение голоса, ускорение или замедление речи, замедленное и отчетливое произнесение некоторых слов); г) жестикуляция; д) прямое требование внимания. Для активизации внимания можно использовать пословицы, поговорки и даже анекдоты. Однако следует иметь в виду, что при слишком частом употреблении

средства акцентирования перестают выполнять свои функции и превращаются в информационно-избыточные элементы, мешающие следить за логикой изложения.

Методические рекомендации по написанию контрольной работы

Контрольная работа – это способ проверки текущих знаний студентов по пройденному материалу посредством самостоятельной работы: написание ответов на поставленные вопросы. Целью написания контрольной работы является углубление знаний по определённой теме дисциплины, развитие самостоятельных навыков работы с научной и учебной литературой, статистическими источниками, периодической печатью. Контрольная работа в виде теста или задачи является проверкой усвоенных знаний и требует, как теоретической подготовки, так и наличия практических навыков.

Студенту необходимо самостоятельно систематизировать и анализировать большой объём информации по заданной теме, найти ответы на конкретно поставленные вопросы, изложить все в последовательной структуре, а в случае необходимости, реализовать и практическую часть.

Тематика контрольных работ разрабатывается преподавателем и фиксируется в рабочей программе дисциплины. Там же приводится список необходимой для выполнения задания литературы. Структура контрольной работы зависит от специфики дисциплины.

Большинство контрольных работ должны иметь следующие структурные элементы: титульный лист, содержание, введение, основная часть (в свою очередь может делиться на пункты), заключение, список использованной литературы, приложения.

Объём контрольной работы также зависит от специфики дисциплины. Контрольные работы в виде тестов или задач имеют небольшой объём. Но даже для работ этого вида обязательно наличие титульного листа с указанием Ф.И.О. студента, № группы и курса, аккуратность и единообразие в оформлении всех частей работы. Требования к содержанию контрольной работы каждый преподаватель определяет сам в зависимости от специфики дисциплины и вида контрольной работы (теоретическая, практическая, комбинированная) и доводит до сведения студентов.

Критерии оценки преподаватель также разрабатывает сам и объясняет студентам на занятии. Критерии оценки зависят от вида работы. Так, если работа имеет форму теста, то каждой оценке в пятибалльной или стобалльной шкале соответствует определённый процент правильных ответов, или, если работа комбинированная, то оценка складывается из оценки теоретической и практической частей работы.

Методические рекомендации по написанию терминологического диктанта

Терминологический диктант – вид учебной деятельности, предполагающий самостоятельную письменную работу студентов. В целях усвоения понятийного

аппарата дисциплины студентам рекомендуется вести терминологическую тетрадь – глоссарий. В нее следует выписывать определения терминов, указанных в планах семинарского занятия в разделе «Основные понятия». Источником для ведения глоссария служат рекомендованные учебники, словари, лекции, интернет. Терминологический диктант как фронтальный метод контроля позволяет проконтролировать знание студентами специальных терминов, используемых в пройденном материале курса. Терминов должно быть 10-15. Терминологический диктант проводится преподавателем. Оценивается четкая формулировка содержания понятий, знание и умелое оперирование терминами. Подготовка к терминологическому диктанту во время самостоятельной работы предполагает изучение терминологии по дисциплине.

Методические рекомендации по написанию эссе

Эссе – прозаическое сочинение небольшого объема и свободной композиции на частную тему, трактуемую субъективно и обычно неполно. К эссе предъявляются следующие требования: в структуру эссе в ходят введение, основная часть и заключение; объем эссе не должен превышать 1-2 страницы; эссе должно восприниматься как единое целое, идея должна быть ясной и понятной; необходимо писать коротко и ясно; эссе не должно содержать ничего лишнего, должно включать только ту информацию, которая необходима для раскрытия вашей позиции, идеи; эссе должно иметь грамотное композиционное построение, быть логичным, четким по структуре; каждый абзац эссе должен содержать только одну основную мысль; эссе должно показывать, что его автор знает и осмысленно использует теоретические понятия, термины, обобщения, мировоззренческие идеи; эссе должно содержать убедительную аргументацию заявленной по проблеме позиции. В содержании эссе оцениваются в первую очередь личность автора – его мировоззрение, мысли и чувства.

Цель эссе состоит в развитии таких навыков, как самостоятельное творческое мышление и письменное изложение собственных мыслей. Написание эссе чрезвычайно полезно, поскольку это позволяет автору научиться четко и грамотно формулировать мысли, структурировать информацию, использовать основные понятия, выделять причинно-следственные связи, иллюстрировать опыт соответствующими примерами, аргументировать свои выводы.

С точки зрения содержания эссе бывают:

· – философскими, – литературно-критическими, – историческими, – художественными, – художественно-публицистическими, – духовно-религиозными и др.

По литературной форме эссе предстают в виде:

· – рецензии, – лирической миниатюры, – заметки, – странички из дневника, – письма и др.

Различают также эссе:

· – описательные, – повествовательные, – рефлексивные, – критические, – аналитические и др.

Можно выделить некоторые общие признаки (особенности) жанра, которые обычно перечисляются в энциклопедиях и словарях:

1. Небольшой объем.

Каких-либо жестких границ, конечно, не существует. Объем эссе – от трех до семи страниц компьютерного текста. Например, в Гарвардской школе бизнеса часто пишутся эссе всего на двух страницах. В российских университетах допускается эссе до десяти страниц, правда, машинописного текста.

2. Конкретная тема и подчеркнута субъективная ее трактовка.

Тема эссе всегда конкретна. Эссе не может содержать много тем или идей (мыслей). Оно отражает только один вариант, одну мысль. И развивает ее. Это ответ на один вопрос.

3. Свободная композиция – важная особенность эссе.

Исследователи отмечают, что эссе по своей природе устроено так, что не терпит никаких формальных рамок. Оно нередко строится вопреки законам логики, подчиняется произвольным ассоциациям, руководствуется принципом "Всё наоборот".

4. Непринужденность повествования.

Автору эссе важно установить доверительный стиль общения с читателем; чтобы быть понятным, он избегает намеренно усложненных, неясных, излишне строгих построений. Исследователи отмечают, что хорошее эссе может написать только тот, кто свободно владеет темой, видит ее с различных сторон и готов предъявить читателю не исчерпывающий, но многоаспектный взгляд на явление, ставшее отправной точкой его размышлений.

5. Склонность к парадоксам.

Эссе призвано удивить читателя (слушателя) – это, по мнению многих исследователей, его обязательное качество. Отправной точкой для размышлений, воплощенных в эссе, нередко является афористическое, яркое высказывание или парадоксальное определение, буквально сталкивающее на первый взгляд бесспорные, но взаимоисключающие друг друга утверждения, характеристики, тезисы.

6. Внутреннее смысловое единство

Возможно, это один из парадоксов жанра. Свободное по композиции, ориентированное на субъективность, эссе вместе с тем обладает внутренним смысловым единством, т.е. согласованностью ключевых тезисов и утверждений, внутренней гармонией аргументов и ассоциаций, непротиворечивостью тех суждений, в которых выражена личностная позиция автора.

7. Ориентация на разговорную речь

В то же время необходимо избегать употребления в эссе сленга, шаблонных фраз, сокращения слов, чересчур легкомысленного тона. Язык, употребляемый при написании эссе, должен восприниматься серьезно.

Правила написания эссе:

– Из формальных правил написания эссе можно назвать только одно – наличие заголовка. – Внутренняя структура эссе может быть произвольной. Поскольку это малая форма письменной работы, то не требуется обязательное повторение выводов в конце, они могут быть включены в основной текст или в заголовок. – Аргументация может предшествовать формулировке проблемы. Формулировка проблемы может совпадать с окончательным выводом.

Методические рекомендации по написанию курсовой работы

Курсовая работа – представляет собой вид учебной работы обучающегося, в которой присутствуют элементы самостоятельного научного исследования. Курсовая работа нацелена на развитие умений, связанных с поиском и осмыслением нужной информации, которая выходит за четкие рамки списка установленной и являющейся обязательной литературы. В ходе её исполнения студент учится проводить анализ источников, правильно излагать результаты, полученные в исследованиях. Написание курсовых проектов развивает такие умения обучаемых, как выбор и четкое формулирование темы исследования, сбор подходящего материала с использованием научной литературы и источников, сортировку и логическую систематизацию собранного материала, написание понятного текста с соблюдением необходимых общепринятых правил, важных стандартов оформления. Оценка знаний осуществляются в баллах исходя из их максимального количества – 100 баллов. При этом расчет полученных баллов осуществляется в соответствии с методическими рекомендациями по дисциплине.

К общим требованиям, предъявляемым к курсовой работе, относятся:

- соответствие названия работы теме, избранной студентом и утвержденной научным руководителем;
 - соответствие названия работы ее содержанию, четкая целевая направленность, актуальность;
 - логическая последовательность изложения материала, базирующаяся на прочных теоретических знаниях по избранной теме и убедительных аргументах;
 - корректное изложение материала с учетом принятой научной терминологии;
 - достоверность полученных результатов и обоснованность выводов;
 - научный стиль написания;
 - оформление курсовой работы в соответствии с установленными требованиями;
 - объем работы должен быть достаточным для изложения путей реализации поставленных задач, не перегружен малозначимыми деталями;
- Этапы работы над курсовой работой:
- выбор и согласование темы курсовой работы;
 - составление плана курсовой работы;
 - выполнение основных разделов курсовой работы;
 - оформление курсовой работы и представление ее на кафедру (прохождение нормоконтроля);
 - подготовка к защите курсовой работы и оформление иллюстративных материалов;
 - защита курсовой работы.

В динамике выполнения студентом курсовой работы научным руководителем и соответствующей кафедрой осуществляется систематический контроль и оценивание научно-исследовательской деятельности студента. Такой контроль включает два основных этапа. На первом этапе на кафедру до указанной даты

предоставляется проверенный и оцененный научным руководителем письменный отчет о проделанной работе, отражающий следующие результаты учебного исследования: а) библиография по теме исследования с учетом новейшей научной литературы б) реферативный обзор выбранной научной литературы по теме курсовой работы (не менее 20 источников); в) обоснование методологической, методической и эмпирической базы исследования, ее краткая характеристика; г) обоснование актуальности анализируемой проблемы; д) развернутый план-проспект исследования, включающий: цель, задачи, объект, предмет и гипотезу исследования, описание проблемного поля, основных логических этапов, обоснование методологии и методики исследования, определение основных понятий, план работы. Средний объем отчета составляет 7–10 страниц машинописного текста.

На втором этапе студент предоставляет на кафедру за 5 дней до конкретного срока защиты: 1) готовый текст курсового проекта, выполненный в соответствии с установленными требованиями и методическими рекомендациями; 2) приложения, включающие базы данных и результаты статистической обработки материалов исследования, первичные материалы (бланки ответов); 3) письменный отзыв или заключение научного руководителя о результатах проделанной работы.

Объем курсовой работы студента 3-го курса составляет 25–30 страниц (без приложения). Оценивание курсовой работы осуществляется на основании критериев оценивания, представленных в фондах оценочных средств.

Написание курсовой работы

В ходе написания курсовой работы студентам необходимо следовать следующим принципам и правилам.

Основной текст курсовой работы целесообразно разделять на три части:

1. Теоретико-методологическую;
2. Практическую;
3. Аналитическую.

Первая часть включает изложение определений, теоретических постулатов и методик оценки или анализа в рамках темы курсовой работы. Вторая часть описывает существующие явления, процессы и проблемы по выбранной теме. Аналитическая часть включает анализ, проведенный самостоятельно студентом в рамках темы, а также содержит выводы и результаты.

Текст работы должен обладать логичностью изложения и внутренними логическими связями. При раскрытии темы важна последовательность изложения проблем и явлений. Каждая глава должна быть относительно законченной частью работы, то есть должна содержать вводные фразы и завершающие предложения, в которых должны содержаться выводы по главе и должны быть намечены переходы к следующей главе.

Необходимо избегать повествовательного стиля изложения, при котором осуществляется описание проблемы или явлений. Студент должен уметь самостоятельно делать выводы исходя из проведенного анализа. Таким образом, после блока повествовательной информации в работе обязательно должны следовать выводы или оценка полученных результатов.

При написании работы целесообразно использовать научную терминологию, применяя обезличенные или неопределенно-личные устойчивые сочетания при осуществлении анализа и описании фактов (например: «представляется», «полагаем» и т.п.).

При приведении фактов, выводов, оценок и прогнозов необходимо использовать доказательный стиль изложения.

При написании курсовой работы необходимо уметь вычленять информацию, косвенно относящуюся к выбранной теме или вообще не имеющую отношения к курсовой работе. Такая информация перегружает работу, нарушает логику изложения и затрудняет понимание и восприятие основной проблемы курсовой работы.

Сроки выполнения этапов написания работы регламентируются графиком учебного процесса рабочего учебного плана и сроками, установленными научным руководителем.

Процедура защиты курсовой работы предполагает краткое и ёмкое публичное выступление студента (7–10 минут), в котором подчёркивается актуальность выбранной темы, обозначаются цели и задачи работы, обозначается методика исследования, объявляются его результаты.

При этом студент должен продемонстрировать владение материалом, на основе которого написана работа, умение ориентироваться в её структуре, готовность пояснить любой вывод, аргументировано обосновать результат.

Преподаватель вправе задать студенту вопросы, которые могут возникнуть после прочтения работы или в ходе публичного выступления. Студент должен чётко на них ответить.

По итогам процедуры защиты преподаватель заполняет экзаменационную ведомость.

1.2. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности (практического опыта), и характеризующих этапы формирования компетенций обучающихся по практике

1.2.1. Практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности

Целью практики по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности являются:

- приобретение обучающимися практического опыта на базе проектов / мероприятий организаций спортивной индустрии, также в рамках проектах, реализуемых кафедрой совместно с организациями-базами практики;
- предоставление обучающимся возможности осуществлять функциональные обязанности в рамках должностей работников организаций, сотрудников проектов и сотрудников оргкомитетов мероприятий по профилю получаемого образования.

Основные задачи практики:

- приобретение практических навыков в соответствии с должностными обязанностями сотрудников организаций спортивной индустрии, мероприятий и проектов;
- закрепление теоретических знаний по профилирующим дисциплинам и апробация знаний на практике;
- изучение вопросов функционирования отделов по PR и рекламе организаций;
- общее знакомство с практическими технологиями PR-деятельности, рекламы и журналистики;
- общее знакомство с процессами и метами осуществления PR-деятельности;
- знакомство и формирование навыков работы с нормативно-правовыми документами по регулированию PR-деятельности;
- повышение навыков коммуникаций;
- овладение методиками проведения научных и маркетинговых исследований в рамках практической деятельности, в рамках реализаций PR-проектов.

Обучающийся в период прохождения практики должен собрать необходимый материал, сделать необходимые выписки из служебной документации предприятия, собрать и подготовить графический материал, ознакомиться с литературой, в которой освещается не только отечественный, но и зарубежный опыт деятельности фирм, организаций и предприятий. Необходимо изучить инструкции, методические указания, нормативные документы, постановления, действующие в настоящее время и регламентирующие работу организаций/предприятий. На заключительном этапе практики обучающийся должен обобщить материал, собранный в период прохождения практики, оформить отчет по практике.

Во время практики обучающийся обязан:

- изучить программу практики и совместно с руководителями практикой разработать индивидуальный план на период практики с учетом особенностей и условий базы практики;
- своевременно прибыть в организацию прохождения практики и соблюдать график прохождения практики;
- тщательно готовиться к проведению каждого мероприятия;
- проявлять творческую активность, ответственность, культуру поведения;
- выполнять все задания, предусмотренные программой практики;
- выполнять указания и поручения руководителя, направленные на качественную реализацию программы практики;
- регулярно и аккуратно вести Дневник прохождения практики, в котором фиксируется выполнение им работы;
- нести ответственность за выполняемую работу;
- соблюдать действующие в организации правила внутреннего распорядка, выполнять распоряжения администрации профильной организации и руководителя;

– принимать участие в мероприятиях, проводимых подразделением базы практики, за которым закреплен обучающийся.

По результатам практики, руководителями практики от организации, на базе которой она осуществлялась, и от РГУФКСМиТ обязательно формируется аттестационный лист, содержащий сведения об уровне освоения обучающимся профессиональных компетенций, а также характеристику на обучающегося по освоению профессиональных компетенций в период прохождения практики.

Отчет, который утверждается на базе практики, и прилагаемые к нему дополнительные материалы представляются на проверку в электронном и печатном виде.

В перечень дополнительных материалов могут входить: графические, аудио-, фото-, видео-, материалы; скриншоты и оригиналы публикаций в СМИ, наглядные образцы рекламных / сувенирных изделий и продукция; пресс-киты, распечатанные на принтеры тексты новостей, статей, пресс-релизов, архивы деловых документов; презентационно-рекламные раздаточные материалы (буклеты, брошюры, флаеры, листовки); другие материалы, подтверждающие практический опыт, полученный на практике.

Требования к оформлению отчета о прохождении практики.

Отчет выполняется на компьютере одной стороне листа А-4. Таблицы и схемы могут быть выполнены на листах иного формата, но должны быть аккуратно сложены по формату А-4.

Отчет может состоять из двух частей: основной и приложений. Объем основной части отчета составляет 10-20 страниц текста. Вторая часть представляет собой приложения к отчету и может включать схемы, графики, таблицы, документацию организации и т.д.

Основная часть и приложения к отчету нумеруются сплошной нумерацией. Титульный лист не нумеруется.

Допускается использование цветных рисунков, схем и диаграмм.

Текст оформляется в соответствии с требованиями делопроизводства, печатается через 1,5 интервала. Нумерация страниц должна быть сквозной. Номер проставляется арабскими цифрами в нижнем правом углу страницы.

Текст должен быть разделен на разделы и подразделы (заголовки 1-го и 2-го уровней), в случае необходимости – пункты, подпункты (заголовки 3-го и 4-го уровней). Все заголовки иерархически нумеруются. Номер помещается перед названием, после каждой группы цифр ставится точка. В конце заголовка точка не ставится.

Введение: должно обобщить собранные материалы и раскрыть основные вопросы и направления, которыми занимался обучающийся на практике.

Основную часть: включает в себя аналитическую записку по разделам тематического плана практики. По возможности, включаются в отчет и элементы научных исследований. Тематика этих исследований определяется заранее, согласовывается с руководителем и увязывается с общим направлением темы ВКР.

Заключение: приводятся общие выводы и предложения, а также краткое описание проделанной работы и даются практические рекомендации.

Список использованных источников

- основная литература;
- дополнительная литература;
- информационные источники.

Отчет должен быть иллюстрирован таблицами, графиками, схемами, заполненными бланками, рисунками.

Страницы отчета нумеруют арабскими цифрами, с соблюдением сквозной нумерации по всему тексту. Номер проставляется в правой нижней части листа (выравнивание от центра) без точки в конце номера.

Схемы, рисунки, таблицы и другой иллюстративный материал, расположенный на отдельных листах, включаются в общую нумерацию страниц, но не засчитываются в объем работы. Если они не могут быть приведены в варианте компьютерной графики, их следует выполнять черными чернилами или тушью.

Титульный лист включается в общую нумерацию страниц, однако номер страницы на титульном листе не проставляется.

Цифровой материал должен оформляться в виде таблиц. Таблицу следует располагать в отчете непосредственно после текста, в котором она упоминается впервые, или на следующей странице. На все приводимые таблицы должны быть ссылки в тексте отчета. Таблицы следует нумеровать арабскими цифрами порядковой нумерацией в пределах всего текста отчета. Номер следует размещать над таблицей слева без абзацного отступа после слова «Таблица». Каждая таблица должна иметь заголовок, который помещается в одну строку с ее номером через тире.

Рисунки (чертежи, графики, схемы, компьютерные распечатки, диаграммы, фотоснимки) следует располагать в работе непосредственно после текста, в котором они упоминаются впервые, или на следующей странице.

Иллюстрации могут быть в компьютерном исполнении, в том числе и цветные.

Для получения положительной оценки **дифференцированного зачета** обучающийся должен:

- полностью выполнить программу практики, своевременно оформить все виды необходимых документов;
- предоставить аттестационный лист по практике от руководителей практики от организации, на базе которой она осуществлялась, и РГУФКСМиТ об уровне освоения профессиональных компетенций;
- предоставить положительную характеристику организации на обучающегося по освоению общих компетенций в период прохождения практики;
- своевременности представить заполненный дневник практики;
- предоставить полный отчет о практике и дополнительные материалы в соответствии с заданием на практику.

1.2.2. Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности

Целью практики по получению профессиональных умений и опыта производственной деятельности являются:

- развитие профессиональных качеств и компетенций, увеличение объема практического опыта на базе проектов / мероприятий организаций спортивной индустрии, также в рамках проектах, реализуемых кафедрой совместно с организациями-базами практики;

- предоставление обучающимся возможности осуществлять функциональные обязанности в рамках должностей работников организаций, сотрудников проектов и сотрудников оргкомитетов мероприятий по профилю получаемого образования.

Цель практики по получению профессиональных умений и опыта производственной деятельности соотнесена с общими целями ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 – «Реклама и связи с общественностью».

Основные задачи практики:

- приобретение новых и закрепление полученных ранее практических навыков в соответствии с должностными обязанностями сотрудников организаций спортивной индустрии, мероприятий и проектов;

- закрепление теоретических знаний по профилирующим дисциплинам и апробация знаний на практике;

- усложнение процесса разработки и реализации практических технологий PR-деятельности, рекламы и журналистики;

- повышение навыков коммуникаций и навыков делового общения;

- закрепление методик проведения научных и маркетинговых исследований в рамках практической деятельности, в рамках реализаций PR-проектов.

Обучающийся в период прохождения практики должен собрать необходимый материал, сделать необходимые выписки из служебной документации предприятия, собрать и подготовить графический материал, ознакомиться с литературой, в которой освещается не только отечественный, но и зарубежный опыт деятельности фирм, организаций и предприятий. Необходимо изучить инструкции, методические указания, нормативные документы, постановления, действующие в настоящее время и регламентирующие работу организаций/предприятий. На заключительном этапе практики обучающийся должен обобщить материал, собранный в период прохождения практики, оформить отчет по практике.

Во время практики обучающийся обязан:

- изучить программу практики и совместно с руководителями практикой разработать индивидуальный план на период практики с учетом особенностей и условий базы практики;

- своевременно прибыть в организацию прохождения практики и соблюдать график прохождения практики;

- тщательно готовиться к проведению каждого мероприятия;

- проявлять творческую активность, ответственность, культуру поведения;

- выполнять все задания, предусмотренные программой практики;

- выполнять указания и поручения руководителя, направленные на качественную реализацию программы практики;
- регулярно и аккуратно вести Дневник прохождения практики, в котором фиксируется выполнение им работы;
- нести ответственность за выполняемую работу;
- соблюдать действующие в организации правила внутреннего распорядка, выполнять распоряжения администрации профильной организации и руководителя;
- принимать участие в мероприятиях, проводимых подразделением базы практики, за которым закреплен обучающийся.

По результатам практики, руководителями практики от организации, на базе которой она осуществлялась, и от РГУФКСМиТ обязательно формируется аттестационный лист, содержащий сведения об уровне освоения обучающимся профессиональных компетенций, а также характеристику на обучающегося по освоению профессиональных компетенций в период прохождения практики.

Отчет, который утверждается на базе практики, и прилагаемые к нему дополнительные материалы представляются на проверку в электронном и печатном виде.

В перечень дополнительных материалов могут входить: графические, аудио-, фото-, видео-, материалы; скриншоты и оригиналы публикаций в СМИ, наглядные образцы рекламных / сувенирных изделий и продукция; пресс-киты, распечатанные на принтеры тексты новостей, статей, пресс-релизов, архивы деловых документов; презентационно-рекламные раздаточные материалы (буклеты, брошюры, флаеры, листовки); другие материалы, подтверждающие практический опыт, полученный на практике.

Требования к оформлению отчета о прохождении практики. Те же

Для получения положительной оценки **дифференцированного зачета** обучающийся должен:

- полностью выполнить программу практики, своевременно оформить все виды необходимых документов:
- предоставить аттестационный лист по практике от руководителей практики от организации, на базе которой она осуществлялась, и РГУФКСМиТ об уровне освоения профессиональных компетенций;
- предоставить положительную характеристику организации на обучающегося по освоению общих компетенций в период прохождения практики;
- своевременности представить заполненный дневник практики;
- предоставить полный отчет о практике и дополнительные материалы в соответствии с заданием на практику.

1.2.3. Практика: научно-исследовательская работа

Целью прохождения практики является: углубление и расширение научно-профессиональных знаний и совершенствование навыков практической научно-исследовательской работы в области рекламной и PR-деятельности в сфере ФКиС

Для достижения цели производственной практики служат следующие задачи:

- самостоятельное построение моделей исследуемых процессов, явлений и объектов, относящихся к области профессиональной деятельности, анализ и интерпретация полученных результатов;

- самостоятельная подготовка информационных обзоров, аналитических отчетов, проведение статистических обследований, опросов, анкетирования и первичная обработка их результатов;

- участие в разработке проектных решений в области профессиональной деятельности, подготовке предложений и мероприятий по реализации разработанных проектов и программ

Обучающийся в период прохождения практики должен собрать необходимый материал, сделать необходимые выписки из служебной документации предприятия, собрать и подготовить графический материал, ознакомиться с литературой, в которой освещается не только отечественный, но и зарубежный опыт деятельности фирм, организаций и предприятий. Необходимо изучить инструкции, методические указания, нормативные документы, постановления, действующие в настоящее время и регламентирующие работу организаций/предприятий. На заключительном этапе практики обучающийся должен обобщить материал, собранный в период прохождения практики, оформить отчет по практике.

Во время практики обучающийся обязан:

- изучить программу практики и совместно с руководителями практикой разработать индивидуальный план на период практики с учетом особенностей и условий базы практики;

- своевременно прибыть в организацию прохождения практики и соблюдать график прохождения практики;

- тщательно готовиться к проведению каждого мероприятия;

- проявлять творческую активность, ответственность, культуру поведения;

- выполнять все задания, предусмотренные программой практики;

- выполнять указания и поручения руководителя, направленные на качественную реализацию программы практики;

- регулярно и аккуратно вести Дневник прохождения практики, в котором фиксируется выполнение им работы;

- нести ответственность за выполняемую работу;

- соблюдать действующие в организации правила внутреннего распорядка, выполнять распоряжения администрации профильной организации и руководителя;

- принимать участие в мероприятиях, проводимых подразделением базы практики, за которым закреплен обучающийся.

По результатам практики, руководителями практики от организации, на базе которой она осуществлялась, и от РГУФКСМиТ обязательно формируется аттестационный лист, содержащий сведения об уровне освоения обучающимся профессиональных компетенций, а также характеристику на обучающегося по освоению профессиональных компетенций в период прохождения практики.

Отчет, который утверждается на базе практики, и прилагаемые к нему дополнительные материалы представляются на проверку в электронном и печатном виде.

В перечень дополнительных материалов могут входить: графические, аудио-, фото-, видео-, материалы; скриншоты и оригиналы публикаций в СМИ, наглядные образцы рекламных / сувенирных изделий и продукция; пресс-киты, распечатанные на принтеры тексты новостей, статей, пресс-релизов, архивы деловых документов; презентационно-рекламные раздаточные материалы (буклеты, брошюры, флаеры, листовки); другие материалы, подтверждающие практический опыт, полученный на практике.

Требования к оформлению отчета о прохождении практики. Те же

Для получения положительной оценки **дифференцированного зачета** обучающийся должен:

- полностью выполнить программу практики, своевременно оформить все виды необходимых документов:
- предоставить аттестационный лист по практике от руководителей практики от организации, на базе которой она осуществлялась, и РГУФКСМиТ об уровне освоения профессиональных компетенций;
- предоставить положительную характеристику организации на обучающегося по освоению общих компетенций в период прохождения практики;
- своевременности представить заполненный дневник практики;
- предоставить полный отчет о практике и дополнительные материалы в соответствии с заданием на практику.

1.2.4. Учебно-организационная практика

Целью учебно-организационной практики является подготовка обучающихся к выполнению организационной и преподавательской работы в области связи с общественностью и рекламы и создание условий для достижения профессиональной компетентности.

Основные задачи практики:

- применение теоретических знаний по общенаучным и профессиональным дисциплинам, полученных в процессе обучения в вузе;
- закрепление практических навыков организации профессиональной деятельности в области бизнес-коммуникаций;
- получение навыков подготовки и проведения учебных занятий по вопросам связи с общественностью и рекламы;
- приобретение новых и закрепление полученных ранее практических навыков в соответствии с должностными обязанностями сотрудников организаций спортивной индустрии, мероприятий и проектов.

Обучающийся в период прохождения практики должен собрать необходимый материал, сделать необходимые выписки из служебной документации предприятия, собрать и подготовить графический материал, ознакомиться с литературой, в которой освещается не только отечественный, но и зарубежный опыт деятельности фирм, организаций и предприятий. Необходимо

изучить инструкции, методические указания, нормативные документы, постановления, действующие в настоящее время и регламентирующие работу организаций/предприятий. На заключительном этапе практики обучающийся должен обобщить материал, собранный в период прохождения практики, оформить отчет по практике.

Во время практики обучающийся обязан:

– изучить программу практики и совместно с руководителями практикой разработать индивидуальный план на период практики с учетом особенностей и условий базы практики;

– своевременно прибыть в организацию прохождения практики и соблюдать график прохождения практики;

– тщательно готовиться к проведению каждого мероприятия;

– проявлять творческую активность, ответственность, культуру поведения;

– выполнять все задания, предусмотренные программой практики;

– выполнять указания и поручения руководителя, направленные на качественную реализацию программы практики;

– регулярно и аккуратно вести Дневник прохождения практики, в котором фиксируется выполнение им работы;

– нести ответственность за выполняемую работу;

– соблюдать действующие в организации правила внутреннего распорядка, выполнять распоряжения администрации профильной организации и руководителя;

– принимать участие в мероприятиях, проводимых подразделением базы практики, за которым закреплен обучающийся.

По результатам практики, руководителями практики от организации, на базе которой она осуществлялась, и от РГУФКСМиТ обязательно формируется аттестационный лист, содержащий сведения об уровне освоения обучающимся профессиональных компетенций, а также характеристику на обучающегося по освоению профессиональных компетенций в период прохождения практики.

Отчет, который утверждается на базе практики, и прилагаемые к нему дополнительные материалы представляются на проверку в электронном и печатном виде.

В перечень дополнительных материалов могут входить: графические, аудио-, фото-, видео-, материалы; скриншоты и оригиналы публикаций в СМИ, наглядные образцы рекламных / сувенирных изделий и продукция; пресс-киты, распечатанные на принтеры тексты новостей, статей, пресс-релизов, архивы деловых документов; презентационно-рекламные раздаточные материалы (буклеты, брошюры, флаеры, листовки); другие материалы, подтверждающие практический опыт, полученный на практике.

Требования к оформлению отчета о прохождении практики. Те же

Для получения положительной оценки дифференцированного зачета обучающийся должен:

– полностью выполнить программу практики, своевременно оформить все виды необходимых документов:

- предоставить аттестационный лист по практике от руководителей практики от организации, на базе которой она осуществлялась, и РГУФКСМиТ об уровне освоения профессиональных компетенций;
- предоставить положительную характеристику организации на обучающегося по освоению общих компетенций в период прохождения практики;
- своевременности представить заполненный дневник практики;
- предоставить полный отчет о практике и дополнительные материалы в соответствии с заданием на практику.

1.2.5. Преддипломная практика

Целью прохождения преддипломной практики является: закрепление теоретических знаний и практических навыков, полученных бакалаврами направления подготовки «Реклама и связи с общественностью» в процессе обучения; применение опыта, приобретенного ими на предыдущих практиках; самостоятельное исследование актуальной научной проблемы в рамках темы выпускной квалификационной работы, проверка профессиональной готовности к самостоятельной трудовой деятельности.

Для достижения цели преддипломной производственной практики служат следующие **задачи**:

- самостоятельный сбор, обработка, классификация и систематизация информации, относящаяся к области профессиональной деятельности (СМИ, информационные, рекламные, консалтинговые агентства, агентства по связям с общественностью, издательства, заинтересованные фирмы, государственные и общественные структуры), анализ и интерпретация полученных результатов;
- самостоятельное проведение исследования в конкретной предметной области (анализ конкретных рекламных и PR-задач, способов их решения и оценку ожидаемых результатов), понимание результатов эмпирических и наблюдательных способов проверки научных теорий;
- самостоятельное планирование и проведение коммуникационных кампаний и мероприятий (рекламной или PR-кампании; планирование и организация BTL-акций; организация деловой коммуникации с коллегами, клиентами, с широкой общественностью и органами власти и т.п.) в соответствии с целями и задачами организации на основе результатов исследований;
- участие в управлении и организации работы рекламных и PR-служб фирмы и организации (организация работы со СМИ; составление базы данных, работа по поиску заказчиков, рекламодателей), осуществлении оперативного планирования и оперативного контроля за рекламной работой (разработка рекламной и PR-продукции, ее размещение), направлениями PR-деятельности (формулировка, обоснование и реализация собственных проектов по решению поставленных задач; разработка корпоративного сайта компании в сети Интернет и обновление информации на сайте);
- сбор теоретического и эмпирического материала, необходимого для написания выпускной квалификационной работы

Во время практики обучающийся обязан:

- изучить программу практики и совместно с руководителями практикой разработать индивидуальный план на период практики с учетом особенностей и условий базы практики;

– своевременно прибыть в организацию прохождения практики и соблюдать график прохождения практики;

– тщательно готовиться к проведению каждого мероприятия;

– проявлять творческую активность, ответственность, культуру поведения;

– выполнять все задания, предусмотренные программой практики;

– выполнять указания и поручения руководителя, направленные на качественную реализацию программы практики;

– регулярно и аккуратно вести Дневник прохождения практики, в котором фиксируется выполнение им работы;

– нести ответственность за выполняемую работу;

– соблюдать действующие в организации правила внутреннего распорядка, выполнять распоряжения администрации профильной организации и руководителя;

– принимать участие в мероприятиях, проводимых подразделением базы практики, за которым закреплен обучающийся.

По результатам практики, руководителями практики от организации, на базе которой она осуществлялась, и от РГУФКСМиТ обязательно формируется аттестационный лист, содержащий сведения об уровне освоения обучающимся профессиональных компетенций, а также характеристику на обучающегося по освоению профессиональных компетенций в период прохождения практики.

Отчет, который утверждается на базе практики, и прилагаемые к нему дополнительные материалы представляются на проверку в электронном и печатном виде.

В перечень дополнительных материалов могут входить: графические, аудио-, фото-, видео-, материалы; скриншоты и оригиналы публикаций в СМИ, наглядные образцы рекламных / сувенирных изделий и продукция; пресс-киты, распечатанные на принтеры тексты новостей, статей, пресс-релизов, архивы деловых документов; презентационно-рекламные раздаточные материалы (буклеты, брошюры, флаеры, листовки); другие материалы, подтверждающие практический опыт, полученный на практике.

Обучающийся в период прохождения практики должен собрать необходимый материал о рекламной и PR-деятельности организации, проводимых рекламных и PR-мероприятиях, внедренных инновациях и т.п., что может быть использовано при написании выпускной квалификационной работы, познакомиться со структурой организации, самостоятельно собрать, обработать, классифицировать и систематизировать информацию, касающуюся осуществления рекламной и PR-деятельности организации; принять участие в планировании и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий (проведение презентаций, интервью, пресс-конференций и т.д.); в управлении и организации работы рекламных и PR-служб организации (взаимодействие со СМИ, составление базы данных, работа по поиску заказчиков, рекламодателей); самостоятельно провести исследования в конкретной предметной области в

рамках ВКР; проанализировать конкретные рекламные и PR-задачи, способы их решения и оценки ожидаемых результатов; проанализировать, обработать и систематизировать собранный эмпирический материал для ВКР.

На заключительном этапе практики обучающийся должен обобщить материал, собранный в период прохождения практики, оформить отчет по практике.

Требования к оформлению отчета о прохождении практики. Те же

Для получения положительной оценки **дифференцированного зачета** обучающийся должен:

- полностью выполнить программу практики, своевременно оформить все виды необходимых документов:
- предоставить аттестационный лист по практике от руководителей практики от организации, на базе которой она осуществлялась, и РГУФКСМиТ об уровне освоения профессиональных компетенций;
- предоставить положительную характеристику организации на обучающегося по освоению общих компетенций в период прохождения практики;
- своевременности представить заполненный дневник практики;
- предоставить полный отчет о практике и дополнительные материалы в соответствии с заданием на практику.

1.3. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности (практического опыта), и характеризующих этапы формирования компетенций обучающихся по итоговой (государственной итоговой) аттестации

Государственный экзамен

Государственный экзамен проводится устно с обязательным составлением письменных тезисов ответов на специально подготовленных для этого листах. Экзамен проводится по билетам, которые включают два теоретических вопроса и одну задачу.

Для проведения государственной итоговой аттестации в институте создается государственная экзаменационная комиссия. Комиссия действует в течение календарного года.

Приступая к подготовке к сдаче государственного экзамена, важно правильно распределить время и силы. Подготовка должна заключаться в составлении готовых текстов устных ответов на каждый вопрос билета или программы. На экзамене монологическое высказывание по любому вопросу будет длиться 7-8 минут. На это время и нужно ориентироваться при отборе содержания и объема необходимого материала.

Подготовку по каждому вопросу следует начать с ознакомительного (просмотрового) чтения соответствующей главы или параграфа пособия, учебника. По справочной литературе следует уточнить определения терминов и выписать их на отдельный лист. Далее необходимо переходить к тщательной

проработке содержания пособия: карандашом подчеркнуть отдельные мысли и фрагменты, различными знаками выделить самое главное. Если какой-либо вопрос освещен в пособии недостаточно или запутано, то следует обратиться к другим источникам информации. После глубокого знакомства с темой следует набросать план будущего ответа. В соответствии с ним необходимо переходить к следующему этапу – составлению конспекта прочитанного материала.

Конспект может представлять собой как полный письменный аналог устного ответа, так и предельно сжатый тезисный план (с указанием основных терминов, фактов, причинно-следственных связей, формулировками выводов и обобщений и т.п.) В любом случае записи должны представлять собой последовательное развитие мысли, а не хаотическое нагромождение выписок. Их лучше всего вести на отдельных листах бумаги с большими полями (на них помещаются замечания, коррективы, дополнения, материал для ответа на дополнительные вопросы экзаменаторов, не вошедший в основной текст). По такому конспекту можно быстро восстановить содержание ответа накануне экзамена. К тому же письменное оформление конспекта ответа оттачивает логику его построения, отдельные формулировки, приучает к четкости мысли, высвечивает пробелы.

В качестве вариантов перечня экзаменационных вопросов, выносимых на государственный экзамен, рекомендуется использование примерных перечней вопросов к экзамену следующих обязательных профессиональных дисциплин, а также профильных дисциплин.

Компоновка перечня экзаменационных вопросов, выносимых на государственный экзамен, осуществляется по следующему примерному варианту:

1. вопрос – вопрос из дисциплин, связанных с физической культурой и направленных на воспитание общекультурных компетенций;

2. вопрос – вопрос, связанный с дисциплинами, направленными на воспитание общепрофессиональными компетенциями;

3 вопрос – практическое задание, направленное на проверку профессиональных компетенций и использование опыта профессиональной деятельности с учетом межпредметных связей.

Именно при ответе на 3-й вопрос студенту требуется мобилизация всего комплекса теоретических и практических знаний, умений и навыков, полученных в течение 4-х лет как по общепрофессиональным и специальным дисциплинам, так и по дисциплинам профиля. Ответ на этот вопрос требует знаний, умений и навыков в рамках нескольких дисциплин учебного плана и наиболее полно демонстрирует междисциплинарный характер государственного экзамена.

При непосредственной подготовке к государственному экзамену обучающийся знакомится с перечнем вопросов, вынесенных на государственный экзамен, и списком рекомендуемой литературы. Для успешной сдачи государственного экзамена обучающийся должен посетить предэкзаменационную консультацию, которая проводится по вопросам, включенным в программу государственного экзамена.

Обучающемуся на экзамене предоставляется ручка, листы бумаги, калькулятор. Обучающимся и лицам, привлекаемым к ГИА, во время проведения

государственных аттестационных испытаний запрещается иметь при себе и использовать средства связи.

Государственный экзамен проводится в соответствии с утвержденным расписанием государственной итоговой аттестации. На экзамене студенты получают экзаменационный билет, включающий 2 вопроса и 1 задачу (проективную ситуацию).

Устный ответ заслушивается государственной экзаменационной комиссией. В зависимости от полноты и глубины ответа на поставленные вопросы, членами государственной экзаменационной комиссии могут быть заданы дополнительные вопросы. Ответы оцениваются каждым членом комиссии, а итоговая оценка по пятибалльной системе выставляется в результате закрытого обсуждения. Решения комиссий принимаются простым большинством голосов членов комиссий, участвующих в заседании. При равном числе голосов председательствующий обладает правом решающего голоса.

После заслушивания ответов на вопросы экзаменационных билетов всех обучающихся группы, комиссия принимает решение и выставляет отметки. Результаты государственного аттестационного испытания объявляются в день его проведения всей группе после окончания экзамена. Каждый студент имеет право ознакомиться с результатами оценки своей работы.

Критерии оценки результатов сдачи государственного экзамена

При ответе на вопросы государственного экзамена итоговой государственной аттестации выпускник должен продемонстрировать умение использовать знания, полученные в процессе изучения различных дисциплин (гуманитарных, социально-экономических, естественнонаучных, общепрофессиональных и специальных) для решения конкретных практических задач в области специализации. Ответы на вопросы теории и практики рекламы и связей с общественностью должны содержать глубокое обоснование с позиции других дисциплин, связанных с данной проблемой.

1. Оценка **«отлично»** ставится в случае, если студент при ответе на все вопросы проявил глубокие, всесторонние и систематические знания теоретического материала; творческие способности в понимании и изложении учебно-программного материала; усвоил взаимосвязь основных понятий и дисциплин, их значение для приобретаемой профессии; полно, грамотно и последовательно изложил ответы на все основные и дополнительные вопросы и задания.

2. Оценка **«хорошо»** ставится в том случае, если студент показал полное, но недостаточно глубокое знание учебно-программного материала, допустил какие-либо неточности в ответах, но правильно ответил на все основные и дополнительные вопросы и задания, доказал, что способен к самостоятельному пополнению знаний в ходе профессиональной деятельности.

3. Оценка **«удовлетворительно»** ставится в том случае, если студент показал поверхностные знания учебно-программного материала, допустил

погрешности в ответах, однако в целом вполне ориентируется в профилирующих для данной специальности дисциплинах.

4. Оценка *«неудовлетворительно»* ставится в том случае, если студент не усвоил значительную часть учебно-программного материала, дал неправильные, неполные ответы на вопросы и задания, не ответил на дополнительные вопросы или отказался от ответов на вопросы и задания.

Методические материалы, по итоговой (государственной итоговой) аттестации

Выпускная квалификационная работа

Выпускная квалификационная работа – комплексная работа бакалавра, представляющая собой исследование какого-либо актуального вопроса в области избранного направления. Уровень квалификационной работы должен соответствовать требованиям к подготовке выпускника по направлению. Выпускная квалификационная работа позволяет выявить степень освоения бакалавром анализа рекламной и PR- деятельности, умения делать теоретические обобщения и практические выводы, обоснованные предложения и рекомендации по совершенствованию развития сферы рекламы и связей с общественностью.

К ВКР предъявляются следующие общие требования:

- носить научный характер, по утвержденной теме ВКР;
- иметь четкую структуру, завершенность и отвечать требованиям логичного, последовательного изложения материала, обоснованности сделанных выводов и предложений;
- отражать наличие умений самостоятельно собирать, систематизировать материалы и анализировать сложившуюся ситуацию (проблему) в практике или в данной сфере деятельности;
- свидетельствовать о добросовестном использовании данных отчетности и опубликованных материалов отечественных и зарубежных авторов;
- положения, выводы и рекомендации ВКР должны опираться на новейшие статистические данные, действующие нормативные акты, достижения науки и результаты практики, иметь, при необходимости, расчетно-аналитическую часть и др.;

- содержать теоретические положения, самостоятельные выводы;
- иметь достоверные цитируемые источники, в соответствии с указанными ссылками.

ВКР представляет собой законченную разработку актуальной гуманитарной проблемы в сфере ФКиС и должна обязательно включать в себя как теоретическую часть, где обучающийся должен продемонстрировать знания основ теории рекламы и связей с общественностью по разрабатываемой проблеме, так и практическую часть, в которой необходимо показать умение использовать для решения поставленных в работе задач методов, изученных ранее научных дисциплин (модулей).

Бакалаврская работа выполняется под руководством научного руководителя. Для работ, выполненных на стыке научных направлений, могут привлекаться научные консультанты.

Выпускная квалификационная работа выполняется каждым обучающимся в отдельности. Однако, в случае, если работа отличается комплексностью и значительной трудоемкостью, допускается ее выполнение несколькими обучающимися. В этом случае в задании и в формулировке темы должно быть четко указано, какая ее часть закреплена за каждым обучающимся.

1.3.1 Общие требования к выпускным квалификационным работам (магистерским диссертациям)

Темы выпускных квалификационных работ и научные руководители утверждаются на заседании кафедры. Выпускающая кафедра предлагает список примерных тем, из которых студент, в соответствии со своими научными интересами и осведомленностью о профессиональной деятельности, может выбрать тему для написания квалификационной работы.

Обучающемуся может предоставляться право выбора темы ВКР вплоть до предложения своей темы если она соответствует профилю и направленности, по которой он обучался, с необходимым обоснованием целесообразности её разработки. По согласованию с научным руководителем возможна корректировка выбранной темы.

Заявления обучающегося рассматриваются на заседании кафедры, решение кафедры оформляется протоколом. В решении кафедры фиксируются следующие позиции: утверждение темы (в том числе ее корректировка) согласно заявлению, назначение научного руководителя и, при необходимости, консультанта, который может назначаться для руководства отдельными разделами магистерской диссертации, связанными с использованием математического аппарата или информационных технологий, а также в тех случаях, когда тематика носит межкафедральный или междисциплинарный характер.

Научный руководитель, назначаемый для руководства процессом подготовки и написания ВКР:

- оказывает помощь в выборе темы выпускной квалификационной работы;
- формирует задание на подготовку магистерской работы;
- оказывает помощь в разработке индивидуального графика работы на весь период выполнения выпускной квалификационной работы;
- помогает в составлении рабочего плана ВКР, подборе литературных источников и информации, необходимых для выполнения работы;
- проводит консультации, оказывает необходимую методическую помощь;
- проверяет выполнение работы и ее частей;
- оказывает помощь в подготовке презентации и доклада выпускной квалификационной работы для ее защиты.

После окончательного выбора темы обучающийся вместе с научным руководителем составляет план подготовки работы и получает от руководителя задание к выполнению выпускной квалификационной работы. В плане намечаются конкретные мероприятия и поэтапные сроки выполнения отдельных частей работы. Составленный план является рабочим вариантом содержания выпускной квалификационной работы с реферативным раскрытием его частей и разделов.

После получения задания на подготовку выпускной квалификационной работы обучающийся должен приступить к непосредственной работе над ВКР.

Нужно помнить, что подготовка ВКР является самостоятельным исследованием, требующим определенного времени.

Контроль хода выполнения работ, предусмотренных заданием, осуществляется в процессе проведения индивидуальных консультаций. Научный руководитель регулярно заслушивает доклады о перечне выполненных работ. Так же руководитель оказывает необходимую методическую помощь.

Научный руководитель проверяет качество работы и степень самостоятельности обучающегося при выполнении работы, его личный вклад в обоснование выводов и предложений, соблюдение графика выполнения выпускной квалификационной работы.

Выпускная квалификационная работа должна отвечать следующим требованиям:

Содержание работы должно соответствовать следующим характеристикам:

- *самостоятельность* проведенного исследования (самостоятельная часть (степень оригинальности) должна составлять не менее 60% объема работы);
- *степень законченности* проведенного исследования;
- *адекватность* используемых методов задачам исследования;
- *практическая значимость* проведенного исследования.

Критерии выпускной квалификационной работы:

- творческий характер, законченное, самостоятельное исследование по избранной теме;
- опора на статистические данные, действующие законодательные и нормативно-правовые акты, а также достаточное количество источников и литературы;
- отражение навыков и умений студента использовать рациональные приемы поиска, отбора, обработки, обобщения и анализа информации;
- четкая и логично выстроенная структура в соответствии с темой, правильно оформленный научный аппарат в соответствии с действующими стандартами.

Общий примерный объем работы составляет 70-80 страниц машинописного текста.

1.3.2 Типовая структура и содержание выпускной квалификационной работы (магистерской диссертации)

Структура выпускной квалификационной работы включает следующие обязательные элементы:

1. Титульный лист.
2. Содержание.
3. Введение.
4. Основная часть.
5. Заключение.
6. Список использованной литературы.
7. Приложения (если есть)

Каждая глава имеет название в соответствии с темой исследования и подразделяется на соответствующие параграфы и подпараграфы.

По согласованию с научным руководителем при разработке отдельных тем допускаются некоторые отступления от рекомендуемой структуры работы.

Титульный лист является первой страницей выпускной квалификационной работы. Он включает полное наименование учебного заведения, факультета, кафедры, тема, фамилия, имя, отчество магистранта, его курс (и группа), фамилия, имя, отчество, ученая степень и ученое звание научного руководителя, место и год выполнения работы (см. приложение 1).

В **содержании** приводятся полностью, без сокращений, все заголовки названий введения, глав и параграфов, заключения, списка использованной литературы, приложений, с указанием страниц, с которых начинается каждая из этих частей (см. приложение 2).

Во **введении** должны быть отражены параметры, характеризующие выпускную квалификационную работу как исследовательский труд. Оно включает в себя:

Актуальность темы – обоснование ее выбора, степень ее важности в данный момент в конкретной социокультурной ситуации, наличие проблемы в

данной области исследования. В целом актуальность темы исследования определяется и характеризуется на основании: *соответствия ее государственно-региональному заказу*, т.е. тем идеям, положениям, которые заложены в нормативных документах, разрабатываются органами государственной власти (т.е. так называемые федеральный и региональный аспект); *степени ее разработанности*; *состояния практического воплощения и потребности в разрешении вопросов рекламы и связей с общественностью*, определяющих тему. Помимо научной актуальности, которая характеризует созвучность выбранной темы современным исследованиям в области рекламы и связей с общественностью, указывается ее практическая актуальность.

Объект исследования – это совокупность связей и отношений свойств, которая существует объективно в теории и практике и служит источником необходимой для исследования информации; процесс или явление, порожаемое проблемной ситуацией, которые существуют независимо от субъекта познания и на которые обращено внимание исследователя. Объект исследования отвечает на вопрос: *что рассматривается?*

В исследовательских работах по направлению подготовки «Реклама и связи с общественностью» в качестве объекта исследования могут выступать процессы организации и управления рекламной маркетинговой, информационной или PR-деятельности, процесс профессиональной подготовки будущих бакалавров рекламы и связей с общественностью и т.п. в особых условиях; деятельность государственных и коммерческих учреждений, PR-служб, служб и департаментов, средств массовой информации и т.д., а также объектом исследования могут быть возможные подходы к решению той или иной проблеме и др. Следует иметь в виду, что в каждом объекте можно выделить несколько предметов исследования, выбор зависит от темы и ее ключевых понятий.

Предмет исследования – отображает конкретную проблему в самой теме исследования, включает только те связи и отношения, которые подлежат непосредственному изучению в данной работе в данном объекте, устанавливают границы научного поиска. Например, предметами исследования в научных

работах по направлению подготовки «Реклама и связи с общественностью» могут быть содержание, организация, технологии, инструменты, средства, формы и методы информационной, пропагандистской деятельности, организационно-массовой работы с различными предприятиями и целевыми группами, пути их совершенствования. С предметом исследования связаны цель и задачи работы.

Цель исследования – это тот результат, который должен быть получен в конечном итоге всего исследования. Фактически, цель вытекает из проблематики исследования, а проблематика определяется темой. Можно выделить следующие характеристики формулировки цели: краткость, предельная точность, выражение сущности изучаемого явления, его результатов. Цель в исследовании может быть только одна, в редких случаях она может состоять из двух частей, представляющих собой два аспекта одного комплексного результата исследования.

Формулировку цели рекомендуется обычно начинать глаголом совершенного вида в неопределенной форме: выявить, обосновать, разработать, определить и т.п.

Задачи исследования – пути конкретизации цели. Задачи исследования отвечают на вопрос: *что нужно сделать, чтобы цель была достигнута?* Реализация задач осуществляется в главах и параграфах, поэтому их содержание должно прямо быть связано с поставленными задачами.

Первая задача, как правило, связана с выполнением, уточнением, углублением, методологическим обоснованием сущности, природы, структуры изучаемого объекта. *Вторая* – с анализом реального состояния предмета исследования, динамики внутренних противоречий развития, степени научной разработки темы (обзор научной литературы). *Третья* – со способностями преобразования, моделирования, опытно-экспериментальной проверки. *Четвертая* – с выявлением путей и средств повышения эффективности исследуемого явления, процесса, т.е. с прогнозом развития исследуемого предмета или с разработкой практических рекомендаций. При формулировке

задач обычно используются слова: «выявить», «изучить», «раскрыть», «определить», «рассмотреть», «проанализировать» и т.п.

Гипотеза – это логически обоснованное предположение о структуре изучаемого предмета, о характере и сущности связей между изучаемыми явлениями и факторами, их детерминирующими. Гипотеза определяет главное направление поисков и исследования, является основным методологическим инструментом, организующим весь процесс исследования.

При формулировке гипотезы следует соблюдать следующие условия:

- гипотеза не должна содержать понятий, которые не уточнены;
- она должна быть проверяема при помощи имеющихся методик.

Предположение, сформулированное в гипотезе, носит вероятностный характер; это означает, что сделанное предположение справедливо лишь с определенной долей вероятности. В ходе исследования необходимо доказать достоверность вероятностного предположения.

Методы исследования – способы достижения цели исследования. Перечисляются теоретические, эмпирические, математические и специфические методы научного исследования, такие, например, как идеографический метод, контент-анализ, рамочный анализ (framing), сравнительный (компаративистский) метод, анкетирование, интервью, метод социометрии, игровые методы (психодрама и социодрама).

Эмпирическая база исследования складывается из собранных и зафиксированных лично автором или статистических данных, использованных документов официального или личного характера.

Новизна исследования – это выраженный в том или ином виде эффект от применения знаний. Те выводы и их элементы, которые, во-первых, являются ключевыми с точки зрения достижения общей цели диссертационного исследования, во-вторых, потребовали наибольшего научного творчества и наиболее сложного научного обоснования и доказательства, а в-третьих, обладают наибольшей научной актуальностью, новизной и значимостью. Излагается в терминах «впервые предлагаемый (рассмотренный, обоснованный и

т. п.)», «не имеющий аналогов», «раннее не применявшийся», «оригинальный» и т. п., либо частный случай явно подчеркиваемой частичной научной новизны (в понятиях «усовершенствованный», «модифицированный» и др.).

Практическое применение результатов исследования заключается в возможности использования результатов исследования на практике, практическими работниками сферы физической культуры и спорта, а также выдвинутые предложения можно адресовать на разные уровни управления, властным структурам и пр.

Заглавие «**Введение**» должно быть напечатано на отдельной строке полужирным шрифтом (выравнивание по центру). Объем введения составляет 3-5 страниц.

Основная часть включает 3 главы (включая внутреннее деление на 2-3 параграфа). Объем основной части составляет около 80% общего объема всей выпускной квалификационной работы. Главы подразделяются на параграфы, исходя из специфики решаемых в работе различных исследовательских задач. В этом случае каждый параграф содержит изложение отдельных сюжетов ВКР, тесно связанных с общей темой исследования. Объем параграфов – 5-10 страниц. Несоразмерность глав и параграфов свидетельствует о неумении автора найти и правильно скомпоновать материал. Все главы и параграфы должны быть логически взаимосвязаны между собой, завершаться краткими выводами.

Первая глава представляет собой обзор научной литературы по теме исследования и обычно раскрывает теоретико-методологические основы избранной темы исследования, являясь своеобразным теоретическим обоснованием последующих разработок. В этой главе раскрываются теоретические аспекты рассматриваемой проблемы, приводятся идеи, концепции ученых, формулируется собственная точка зрения.

Вторая глава представляет собой изложение организации исследования, изложение методологических оснований и обоснование применения методов исследования.

Третья глава носит аналитический и, по возможности, прикладной характер, представляет анализ изучаемой проблемы на конкретном объекте, подтверждаемый статистической информацией из официальных источников, экспериментальные данные, результаты проведенных социологических опросов, пилотных исследований, а также излагает результаты анализа полученных данных; содержит авторскую практическую разработку изучаемой проблемы, направленной на совершенствование функционирования отраслей PR, рекламной, информационной, аналитической и маркетинговой деятельности предприятий в соответствии с исследуемой проблемой, а также описание процесса апробации и его результаты.

В **заключении** подводятся итоги научного исследования, характеризуется выполнение поставленных задач, кратко формулируются результаты исследования. Заключение должно соответствовать содержанию основной части и может также включать резюмированные практические предложения (рекомендации) по улучшению дальнейшей деятельности исследованного объекта. Выводы формулируются тезисно (по пунктам) и, как правило, соответствуют цели и задачам, которые были решены в ходе исследования. Объем заключения составляет 2-4 страницы.

Список использованной литературы представляет собой перечень источников и научных изданий, послуживших основой для написания работы (не менее 60-80 наименований). Оформление в соответствии с ГОСТом.

Приложения включают дополнительные материалы, вынесенные отдельно, чтобы не загромождать основной текст:

– документы, составляющие исследовательский инструментарий (программы, анкеты, опросные листы, протоколы испытаний и обследований, тесты, инструкции);

– вспомогательные сведения, справочные и статистические данные, оформленные в виде таблиц, диаграмм, графиков;

– неопубликованные локальные нормативно-правовые акты, неизвестные документы;

– акты внедрения результатов исследования; фотографии, иллюстрации и т.д.

Все приложения должны быть пронумерованы, на них обязательно должны быть даны ссылки в основной части. При использовании в тексте работы каких-либо материалов или данных из приложений следует делать ссылки на номер соответствующего приложения.

1.3.3 Этапы подготовки выпускной квалификационной работы

Подготовка выпускной квалификационной работы, как и любого исследования, как правило, включает три основных этапа:

I этап состоит из выбора области исследования, обусловленного *объективными* (актуальностью, новизной, перспективностью и т.д.) и *субъективными* (опытом исследователя, его научным и профессиональным интересом, способностями и т.д.) факторами, и включает:

- выбор проблемы и темы исследования, формирование замысла работы;
- определение объекта, предмета, целей и задач исследования.

II этап носит ярко выраженный индивидуализированный характер и в обобщенном виде содержит:

- выбор методов и разработку методики исследования, составление предварительного плана;
- библиографический поиск, отбор и подготовку необходимых материалов;
- группировку и систематизацию материала, составление подробного плана работы;
- формулирование предварительных выводов, их апробирование и уточнение в ходе проведения непосредственного эмпирического исследования;
- обоснование заключительных выводов и практических рекомендаций.

III этап (заключительный) строится на основании внедрения полученных результатов в практику и включает также написание и оформление выполненной работы.

Выбор **темы** магистерской диссертации является одним из важнейших этапов ее подготовки. Тематика выпускных квалификационных работ должна быть

актуальной, соответствовать современному состоянию и перспективам развития области изучения социально-гуманитарных проблем физической культуры и спорта. При выборе тематики рекомендуется учитывать реальные задачи развития исследуемой отрасли. В прикладных темах предпочтение желательно отдавать темам, сформулированным по заявкам научных, учебных и практико-ориентированных организаций. Следует иметь в виду, что тема исследования отражает проблему и отвечает на вопрос: *как назвать аспект рассмотрения проблемы?* При выборе темы необходимо руководствоваться личным интересом студента к ней, его опытом работы, возможностью практического и теоретического роста выпускника в профессиональной деятельности, повышением его профессиональной компетентности в процессе исследовательской работы, возможностью применения полученных результатов в практике. Точная в смысловом отношении сформулированная тема исследования сужает проблему, обозначает рамки и конкретизирует основной замысел исследования.

Тема выпускной квалификационной работы должна отражать проблему исследования, быть краткой, сформулирована в соответствии с ее содержанием.

Кафедра оказывает выпускнику помощь в выборе темы выпускной квалификационной работы и может рекомендовать студенту написание работы по определенной проблематике. Вместе с тем, выпускники имеют право самостоятельной формулировки темы диссертационных работ с последующим их утверждением кафедрой.

При выборе темы необходимо обратить внимание и на ее практическую значимость, а также обеспеченность необходимыми источниками и литературой. Особое место в исследованиях должна занимать разработка проблем, имеющих прикладной характер, на основе региональных и местных материалов. Правильный выбор свидетельствует о профессиональной зрелости выпускника, а удачная, точная формулировка темы позволяет очертить рамки исследования, конкретизирует основной замысел, создавая тем самым предпосылки успеха работы в целом. Выбранные темы утверждаются заведующим кафедрой на основе

личного письменного заявления студента и оформляются распоряжением директора института (ИНПО) перед направлением магистранта на преддипломную практику.

Задание по изучению объекта **преддипломной практики** и по сбору материала для выпускной квалификационной работы выдается студенту в соответствии с темой работы до начала преддипломной практики. В процессе прохождения преддипломной практики допускается изменение (уточнение) темы ВКР в соответствии с проблематикой исследуемого предприятия (учреждения). В этом случае предприятие (учреждение) оформляет заявку на выполнение выпускной квалификационной работы.

После утверждения темы студент совместно с научным руководителем составляет задание по выпускной квалификационной работе, включающее тему, сроки выполнения, перечень подлежащих разработке вопросов, график консультаций, план дипломной работы, календарный план ее написания, в котором в хронологической последовательности указываются разделы и вопросы, подлежащие разработке.

Подготовка ВКР осуществляется под руководством руководителей, в качестве которых утверждаются ведущие преподаватели кафедры, как правило, имеющие ученые степени и звания, успешно занимающиеся научными исследованиями, а также известные специалисты соответствующего профиля.

Научный руководитель:

- выдает студенту задание на преддипломную практику;
- выдает задание на выпускную квалификационную работу;
- оказывает помощь студенту в разработке календарного графика работы на весь период выполнения выпускной квалификационной работы;
- оказывает помощь в составлении индивидуального плана и графика работы выпускника по выполнению ВКР;
- рекомендует необходимую литературу, справочные, статистические архивные материалы, другие источники по теме;

– проводит систематические консультации по выполнению квалификационной работы;

– проверяет выполнение выпускной квалификационной работы (по частям и в целом), дает письменный отзыв на нее;

– дает согласие на представление работы к защите.

После получения задания на подготовку выпускной квалификационной работы студент приступает к непосредственной работе над ВКР. Нужно помнить, что подготовка ВКР является исследованием, требующим определенного времени.

Научный руководитель проверяет качество работы и степень самостоятельности обучающегося при выполнении работы, его личный вклад в обоснование выводов и предложений, соблюдение графика выполнения выпускной квалификационной работы.

Выпускная квалификационная работа должна отвечать следующим требованиям:

– авторская самостоятельность;

– полнота исследования;

– внутренняя логическая связь, последовательность изложения;

– грамотное изложение на русском литературном языке;

Работа оформляется в виде текста, выполненного с применением компьютерных технологий с приложениями, графиками, таблицами, схемами, списком использованной литературы.

Рекомендуемый объем магистерской диссертации 60-80 страниц печатного текста без приложений.

1.3.4 Работа с литературой. Сбор и обработка фактического материала

Работа с литературой должна осуществляться еще в процессе выбора темы, а с началом ее разработки она приобретает важнейшее значение. Студент, как правило, подбирает нужную литературу самостоятельно. Роль научного

руководителя должна заключаться, в основном, в праве одобрения выбранных источников. При подборе литературы необходимо учитывать, в какой мере данное издание непосредственно затрагивает тему, раскрывает и анализирует ее содержание. Выбирая источники, надо обращать внимание на год издания книги. При наличии нескольких изданий по определенной проблеме целесообразно избрать более позднее издание, отражающее окончательно сложившуюся точку зрения.

Важную роль в систематизации прочитанного материала по основным проблемам темы играют выписки. Удобнее делать выписки на отдельных листах. Для чего вверху листа кратко формулируется суть выписки (подраздел темы), затем выписывается ее текст. Он может быть в виде цитаты, пересказа содержания прочитанного, тезисов, статистической или хронологической таблицы. Для удобства пользования выпиской полезно выделить смысловые абзацы разными чернилами, подчеркиванием и т.п. Очень важно на листе с выпиской оставить поля и на них отмечать свои соображения в контексте содержания выписки по поводу рассматриваемой темы. После выписки дается ссылка на источники, откуда взяты данные.

Сделав выписки, следует сгруппировать их по проблемам. Обеспеченность выписками тех или иных проблем покажет, какие вопросы темы можно осветить с достаточной полнотой, а какие нет. Содержание сгруппированных по проблемам выписок является фактически основой плана работы.

Следует иметь в виду, что работа не обязательно должна включать весь изученный материал, собранный и законспектированный. Для написания текста работы должны отбираться основные положения и показатели, которые дают возможность наиболее исчерпывающе и всесторонне раскрыть исследуемый вопрос. Широта и полнота изучения литературных источников базы, умение выделить необходимое, главное, сопоставить различные данные – один из важнейших показателей зрелости, наличия у магистранта навыков работы с литературой.

Сбор фактического материала для выпускной квалификационной работы осуществляется в процессе всех видов практик и является ответственным этапом подготовки работы. Ее качество, объективность выводов во многом будут зависеть от того, насколько правильно и полно подобран и проанализирован фактический материал. Систематизация, анализ и обработка фактического материала предполагают широкое использование в работе таблиц, диаграмм, графиков, схем, которые не только содействуют наглядности приводимого на страницах работы материала, но и убедительнее раскрывают суть исследуемых явлений.

Сбор и обработка фактического материала является самым трудоемким этапом в подготовке выпускных квалификационных работ. При оформлении фактического материала студенту необходимо обратить особое внимание на оформление приложений, умение правильно их подготовить и увязать между собой, делать на них ссылку в тексте работы. В процессе сбора и обработки фактического материала студентом формулируются предложения по практической реализации сделанных выводов. В целях ускорения обработки и систематизации фактического материала рекомендуется широко использовать современные технологии обработки данных.

1.3.5 Оформление выпускной квалификационной работы

Оформление выпускной квалификационной работы должно быть единообразным и отвечать стандартным требованиям, предъявляемым при подготовке печатных работ.

Текст ВКР набирается на компьютере на одной стороне стандартных листов белой бумаги формата А4. Поля составляют: левое – 3 см, верхнее – 2 см, нижнее – 2 см, правое – 1,5 см. При компьютерном наборе рекомендуется использовать шрифт Times New Roman, 14 кегль, полуторный интервал. На каждой странице должно располагаться примерно 1800 печатных знаков (28-30 строк по 60 знаков). Допускается использование в выпускной квалификационной

работе отдельных листов формата А3 (297 x 420) для графиков, таблиц внутри разделов работы и в приложении.

Рубрика **СОДЕРЖАНИЕ** записывается прописными буквами полужирным шрифтом симметрично тексту и включает главы и параграфы, которые нумеруются арабскими цифрами, после номера ставится точка. При этом параграфы нумеруются двумя цифрами, разделенными точкой. Первая цифра обозначает номер главы, вторая – номер параграфа (например: 2.1. – первый параграф второй главы). В конце заголовков точки не ставятся.

Каждая часть работы – **ВВЕДЕНИЕ, ГЛАВЫ, ЗАКЛЮЧЕНИЕ, СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ, ПРИЛОЖЕНИЯ** – начинаются с новой страницы. Названия глав пишутся полужирным шрифтом по центру строки. При выделении параграфов они продолжают начатую страницу, с пропуском одного интервала. Заголовки параграфов пишутся строчными буквами полужирным шрифтом и располагаются по центру строки. Не допускается помещать заголовки отдельно от текста – содержание нового параграфа должно начинаться на той же странице, что и его заголовок (приложение 2).

При использовании текста работ других авторов цитата помещается в кавычки, с сохранением всех ее особенностей, без искажений, с обязательным указанием ссылок на источник. Применяются внутри текстовые ссылки, используя шрифт основного текста. Ссылки оформляются в квадратных скобках с указанием номера источника в списке использованной литературы и номером страницы через запятую, вслед за цитатой или фамилией цитируемого автора. Например: [21, С.3-4]

В ВКР могут быть использованы *иллюстрации, таблицы, математические формулы*. Все иллюстрации (схемы, чертежи, диаграммы, графики и пр.) именуются рисунками, в тексте они обозначаются с сокращением слова «*рисунок*» и с обозначением его порядкового номера и наименования под изображением.

Цифровой материал, как правило, оформляют в виде таблиц. Таблица размещается после первого упоминания о ней в тексте таким образом, чтобы ее можно было читать без поворота документа или с поворотом по часовой стрелке.

Таблицы нумеруются, как и иллюстрации, в пределах главы арабскими цифрами (за исключением таблиц, приведенных в приложении). Номер таблицы состоит из порядкового номера таблицы в пределах данной главы, разделенных точкой. Например, первая таблица имеет номер 1. Графу «№№ п/п» в таблицу не включают, а если необходимо нумеровать строки, показатели и другие данные, порядковые номера ставят в первой графе, перед наименованием. Диагональное деление шапки таблицы не допускается. Слово «Таблица» и ее название начинаются с прописной буквы. Каждый тематический заголовок должен отвечать на три вопроса: «что?», «где?», «когда?» (например, «Основные экономические показатели фирмы на 01.01.2007»). Подчеркивать заголовок не следует.

Слова «Итого», «Всего», «Сумма» в конце таблицы пишутся с большой буквы. Знаки сносок в таблице должны быть отличными от знаков сносок текста. Рекомендуется применять в качестве знака сноски звездочку (*). Примечания, относящиеся ко всей таблице, рекомендуется помещать не в виде самостоятельной графы, а под таблицей вместе со словом «Примечание».

В таблице должны быть указаны единицы измерения всех показателей. Если размерность всех показателей, включенных в таблицу, одинакова, то она указывается в тематическом заголовке таблицы. Если же общую размерность имеют все данные графы по вертикали, ее указывают в графе таблицы. Если общую размерность имеют данные строки (по горизонтали), то размерность указывается в соответствующей строке таблицы. Единицы измерения в головке таблицы дают без скобок, с предлогом «в» или без предлога с запятой, отделяющей от заголовка.

Не рекомендуется располагать две или несколько таблиц одну за другой, их надо разделять текстом. Если цифровые или иные данные в какой-либо строке таблицы не приводят, то в ней необходимо ставить прочерк. Таблицы с большим количеством строк допускается переносить на другую страницу. При переносе части таблицы на следующую страницу над ней помещают слова «Продолжение

табл.» с указанием ее номера. Заголовок таблицы помещают только над ее первой частью.

При написании текста серьезное внимание следует уделить языку и стилю выпускной квалификационной работы (магистерской диссертации). Он должен соответствовать требованиям так называемого академического этикета. В тексте допускаются общепринятые сокращения, например: т.д., т.п., др. Значение вводимых в работе сокращений и аббревиатур при первом употреблении раскрываются (включаются в работу в случае их повтора в тексте не менее 3-5 раз). При первом употреблении в тексте словосочетание дается полностью, а рядом в скобках пишется сокращение. В дальнейшем словосочетание дается только в сокращенном виде.

Приложения оформляют как продолжение работы на последующих ее листах с новой страницы после списка использованной литературы. Нумерация листов работы и приложений должна быть сквозная. Каждое приложение должно начинаться с указанием вверху страницы справа слова «Приложение» строчными буквами. Посередине страницы строчными буквами указывается заголовок приложения. Если в работе больше одного приложения, то их нумеруют арабскими цифрами.

Нумерация страниц работы сквозная, включая список использованной литературы и приложения (начинается с титульного листа, при этом номера страниц на титульном листе не ставятся, вторая страница – содержание, третья – введение). Страницы работы нумеруют арабскими цифрами, номера страниц проставляют посередине вверху. Перенос слов на титульном листе и в заголовках по тексту не разрешается. В конце заголовка точка не ставится.

Список использованной литературы представляет собой одну из существенных частей выпускной квалификационной работы, по которому можно судить о степени осведомленности студента в области изучаемой проблемы, масштабности выполненного исследования. Список литературы должен включать только источники, непосредственно использованные в работе, на которые делались ссылки, которые цитировались и послужили основой при формировании

точки зрения студента. Список литературы, приводимой в конце выпускной квалификационной работы, включает только те источники, которые студент использует при подготовке и написании работы и на которые есть в работе хотя бы одна ссылка.

Примеры библиографического описания документов:

Нормативно-правовые акты

1. Конституция Российской Федерации [Текст]: офиц. текст. – М.: Маркетинг, 2012. – 39 с.

2. О типовом регламенте взаимодействия федеральных органов исполнительной власти [Текст]: Постановление правительства Рос. Федерации [от 19 янв. 2005 г. № 30] // Российская газета. – 2011. – 25 янв. – С.11-12.

Книги одного, двух, трех авторов

1. Алешина, И.В. Паблик рилейшнз для менеджеров / И.В. Алешина. – М.: ИКФ Эксмо, 2002. 480 с.

2. Антипов, К.В. Паблик рилейшнз / К.В. Антипов, Ю.К. Баженов. – М.: ИД Дашков и Ко, 2002. 145 с.

3. Гундарин, М. Книга руководителя отдела PR. Практические рекомендации / М. Гундарин. – СПб.: Питер, 2009. 336 с.

4. Чумиков, А.Н. Связи с общественностью: теория и практика / А.Н. Чумиков, М.П. Бочаров. – М.: Дело, 2010. 608 с.

Книги четырех и более авторов, а также сборники статей

5. Интегрированные маркетинговые коммуникации: Теория и практика / Ф. Смит, А. Венсен, Д. Тюрнг, Г. Вюнш. – М.: Мир, 2005. – 531 с.

6. Реклама: тренды и прогнозы / П. Бунша, Н. М. Кузьмин, Л. Левин и др. – М.: Наука, 2003. – 165 с.

7. Особенности развития телевизионной рекламы на современном этапе: Сб. ст. / Отв. ред. А. Т. Гончаренко, Б. И. Шевченко. – Киев: Наукова думка, 1999. – 119 с.

8. Promotion in social networks/ E. C. Subbaro, D. Chester, M. F. Merriam, V. Richards. – New York: McGraw-Hill, 2002. – 274 p.

Статьи из журналов и газет

9. Архипов, Н. Я. Новые технологии на рынке наружной рекламы/ Н. Я. Архипов // Реклама – 2005. – Т. 6, № 2. – С. 81-84.

10. Козлов, Н. С. Теория и практика медиапланирования / Н. С. Козлов, Л. Ф. Гладков // Маркетинг в России и за рубежом. – 2001. – № 1. – С. 16-25.

Диссертация

11. Григорьев, Т. Г. Жанрово-стилистические особенности рекламы в газете «Коммерсант»: Дис...канд. филол. наук: 10.01.10 / Т. Григорьев. – Москва, 2009. – 169 с.

Автореферат диссертации

12. Григорьев, Т. Г. Жанрово-стилистические особенности рекламы в газете «Коммерсант»: Автореф. дис... филол. наук: 10.01.10 / Т. Григорьев. – Москва, 2009. – 21 с.

Интернет-источники

1. Макарычев, А.С. Генеалогия анархии, семантика реванша. Россия глазами зарубежных экспертов [Электронный ресурс] // Неприкосновенный запас № 3 (95), 2014. URL: <http://www.nlobooks.ru/node/5050>.

2. Chomsky, N. What Makes Mainstream Media [электронный ресурс]. URL: www.chomsky.info/articles/199710--.htm (Дата обращения 24.01.2015)

Презентацию необходимо подготовить для более наглядного представления своей работы. **Раздаточный материал** представляется по желанию и служит для наглядного представления содержания доклада на защите. И презентация, и раздаточный материал – это иллюстративный материал, необходимый для успешной защиты. В нем отражаются в наглядной форме основные положения проведенного исследования. Содержание раздаточного материала определяется автором самостоятельно в соответствии с графическим материалом выпускной работы. Это графики, диаграммы, рисунки, небольшие таблицы удобные для восприятия.

Раздаточный материал должен быть скреплен, сброшюрован в стандартные папки формата А4 и размножен в количестве экземпляров, соответствующих числу членов комиссии, и роздан им перед защитой.

Компьютерную презентацию, сопровождающую выступление докладчика, удобнее всего подготовить в программе MS Power Point. Презентация как документ представляет собой последовательность сменяющих друг друга слайдов – то есть электронных страничек, занимающих весь экран монитора (без присутствия панелей программы). Чаще всего демонстрация презентации проецируется на большом экране, реже – раздается собравшимся как печатный материал.

На слайды помещается фактический материал (таблицы, графики, фотографии и пр.), который является уместным и достаточным средством наглядности, помогает в раскрытии стержневой идеи выступления. В этом случае к слайдам предъявляются следующие требования:

- выбранные средства визуализации информации (таблицы, схемы, графики и т. д.) соответствуют содержанию;

- использованы иллюстрации хорошего качества (высокого разрешения), с четким изображением.

Максимальное количество графической информации на одном слайде – 2 рисунка (фотографии, схемы и т.д.) с текстовыми комментариями (не более 2 строк к каждому). Наиболее важная информация должна располагаться в центре экрана.

Если на слайде приводится сложная диаграмма, ее необходимо предварить вводными словами (например, «На этой диаграмме приводится то-то и то-то, зеленым отмечены показатели А, синим – показатели Б»), с тем, чтобы дать время аудитории на ее рассмотрение, а только затем приступить к ее обсуждению. Каждый слайд, в среднем должен находиться на экране не меньше 40-60 секунд. В связи с этим лучше настроить презентацию не на автоматический показ, а на смену слайдов самим докладчиком.

Особо тщательно необходимо отнестись к оформлению презентации. Для всех слайдов презентации необходимо использовать один и тот же шаблон оформления, кегль – для заголовков – не меньше 24 пунктов, для информации – для информации не менее 18. В презентациях не принято ставить переносы в словах.

Наилучшими являются контрастные цвета фона и текста (белый фон – черный текст). Лучше не смешивать разные типы шрифтов в одной презентации.

Каждый слайд презентации необходимо пронумеровать. Номер страницы и указание темы и автора работы показывают в нижней части слайда. Презентация должна иметь титульный лист с указанием темы, Ф.И.О. исполнителя, Ф.И.О. научного руководителя.

Во время доклада и представления презентации автор использует специально подготовленные иллюстративные материалы и раздаточного материала для членов комиссии.

1.3.6 Подготовка к защите, предварительная защита и процедура защиты выпускной квалификационной работы

1.3.6.1 Требования к организации и проведению итоговой государственной аттестации

Для проведения государственной итоговой аттестации и проведения апелляций по результатам государственной итоговой аттестации в РГУФКСМиТ приказом ректора по представлению структурного подразделения создаются государственные экзаменационные комиссии (ГЭК) по каждой основной образовательной программе высшего образования, и апелляционная комиссия. Председатель государственной экзаменационной комиссии утверждается приказом ректора РГУФКСМиТ не позднее 31 декабря года, предшествующего году проведения государственной итоговой аттестации из числа лиц, не работающих в РГУФКСМиТ, имеющих ученую степень доктора наук и (или) ученое звание профессора либо являющихся ведущими специалистами – представителями работодателей или их объединений в соответствующей области

профессиональной деятельности. Председатели государственных экзаменационных комиссий организуют и контролируют деятельность комиссий, обеспечивают единство требований, предъявляемых к обучающимся при проведении государственной итоговой аттестации.

Состав государственных экзаменационных комиссий утверждаются приказом ректора РГУФКСМиТ не позднее, чем за 1 месяц до даты начала государственной итоговой аттестации. Указанные комиссии действуют в течение календарного года.

Государственные экзаменационные и апелляционные комиссии действуют в течение одного календарного года.

В состав государственной экзаменационной комиссии входят председатель указанной комиссии и не менее 4 членов указанной комиссии. Члены государственной экзаменационной комиссии являются ведущими специалистами – представителями работодателей или их объединений в соответствующей области профессиональной деятельности (далее – специалисты), и (или) лицами, которые относятся к профессорско-преподавательскому составу РГУФКСМиТ и (или) иных организаций и (или) научными работниками РГУФКСМиТ и (или) иных организаций и имеют ученое звание и (или) ученую степень.

Доля лиц, являющихся ведущими специалистами – представителями работодателей или их объединений в соответствующей области профессиональной деятельности (включая председателя государственной экзаменационной комиссии), в общем числе лиц, входящих в состав государственной экзаменационной комиссии, должна составлять не менее половины.

Защита выпускных квалификационных работ проводится на открытых заседаниях государственных комиссий с участием не менее двух третей ее состава. Решения государственных экзаменационных комиссий принимаются на закрытых заседаниях простым большинством голосов членов комиссий, участвующих в заседании, при обязательном присутствии председателя или его

заместителя. При равном числе голосов председатель комиссии обладает правом решающего голоса.

Все заседания государственных комиссий оформляются протоколами.

1.3.6.2 Подготовка к защите (предварительная защита) выпускной квалификационной работы. Отзыв и рецензия на ВКР.

Законченная выпускная квалификационная работа предоставляется научному руководителю в предусмотренный графиком срок.

Предварительная защита выпускной квалификационной работы проводится на выпускающей кафедре (не менее чем за один месяц до защиты) с целью проверки подготовленности студента к защите в ГАК в форме краткого отчета о степени реализации полученного задания и достигнутых результатах. После просмотра и одобрения выпускной квалификационной работы и ее успешной предварительной защиты на кафедре, научный руководитель подписывает ее и вместе со своим письменным отзывом представляет заведующему кафедрой за 15 дней до защиты.

В **отзыве** научный руководитель указывает:

- соответствие содержания выпускной квалификационной работы целевой установке;
- научный уровень, полноту, качество и новизну разработки темы; степень самостоятельности, инициативы и творчества магистра, его деловые качества;
- умение работать с литературой; умение производить расчеты и анализировать полученные результаты, обобщать, делать научные и практические выводы; качество оформления работы; мнение о возможности присвоения квалификации.

В выводах определяется уровень подготовки выпускника и возможность представления выпускной квалификационной работы к защите.

Заведующий кафедрой, на основании представленных материалов, решает вопрос о допуске выпускной квалификационной работы к защите, делая об этом соответствующую запись в протоколе заседания кафедры. В случае, если

заведующий кафедрой не считает возможным допускать студента к защите выпускной квалификационной работы, этот вопрос рассматривается на заседании кафедры с участием научного руководителя. На основании протокола заседания кафедры, представленного директору Гуманитарного института, готовится распоряжение о недопуске студента к защите. На основании распоряжения директора института издается приказ ректора о допуске (недопуске) студента выпускного курса к защите выпускной квалификационной работы.

Выпускная квалификационная работа, допущенная выпускающей кафедрой к защите, направляется на рецензию. Состав рецензентов утверждается заведующим кафедрой из числа специалистов университета.

Рецензия должна содержать объективную оценку выпускной квалификационной работы и отражать:

- актуальность темы, полноту и качество выполнения задания; научную, техническую, экономическую целесообразность;
- наличие элементов исследовательского характера, умение анализировать, обобщать и делать выводы;
- достоинства и недостатки выпускной квалификационной работы; качество оформления выпускной квалификационной работы;
- возможность допуска выпускной квалификационной работы к защите.

Рецензия должна заканчиваться выводами о полноте разработки темы, о теоретическом и практическом значении выпускной квалификационной работы, о возможной области использования результатов выпускной квалификационной работы. Рецензия должна быть подписана рецензентом и датирована. Обязательно должны быть указаны место работы, должность, фамилия, имя и отчество рецензента. Заведующий кафедрой знакомит с рецензией студента и направляет выпускную квалификационную работу с рецензией в ГАК для защиты.

1.3.6.3 Процедура защиты

Порядок защиты выпускной квалификационной работы определяется Положением об итоговой государственной аттестации выпускников высших учебных заведений Российской Федерации (утв. приказом Минобрнауки РФ от

25.03.2003 №1155) и Положением об итоговой государственной аттестации выпускников Российского государственного университета физической культуры, спорта, молодежи и туризма.

Защита выпускной квалификационной работы проводится публично на открытых заседаниях ГАК в соответствии с графиком, утвержденным директором института.

Обучающимся и лицам, привлекаемым к ГИА, во время проведения государственных аттестационных испытаний запрещается иметь при себе и использовать средства связи.

Защита начинается с представления обучающегося, далее следует доклад обучающегося по теме ВКР. В своем докладе выпускник раскрывает актуальность выбранной темы, основную цель и задачи, конкретизирующие и развивающие цель исследования, актуальность, освещает новизну предмета исследования. Практическую значимость исследования студент подтверждает полученными результатами. Во время доклада автор использует специально подготовленные иллюстративные материалы в виде презентаций и раздаточного материала для членов комиссии. По окончании доклада студенту задают вопросы председатель, члены комиссии.

Выпускнику разрешается пользоваться своей работой. По докладу и ответам на вопросы ГАК судит о широте кругозора выпускника, его эрудиции, оценивает навык публичного выступления и умение аргументировано отстаивать свою точку зрения при ответах на вопросы.

Результаты защиты оцениваются по всей совокупности имеющихся данных, в том числе: по содержанию ВКР; по оформлению ВКР; по докладу выпускника; по ответам выпускника на вопросы при защите.

После выступления всех обучающихся группы комиссия (на закрытом заседании) принимает решение и выставляет оценки. Результаты защиты ВКР объявляются в тот же день.

1.1. Примерная тематика выпускных квалификационных работ по направлению

1. Имидж спортсмена как технология продвижения в коммерческом спорте.
2. Популяризация физической культуры посредством государственных программ (на примере комплекса ГТО)
3. Театрализация как PR-технология в сфере спорта
4. Использование ценностей спорта как элемента формируемого в отечественных СМИ имиджа политического лидера
5. Образ спортсмена в печати советского и постсоветского периодов (сравнительный анализ)
6. Использование ценностей спорта в политическом PR
7. Формирование спортивного Интернет-пространства в России
8. Формирование бренда города средствами спорта (на конкретном примере)
9. Формирование общественного мнения как элемент PR-компаний, направленной на популяризацию вида спорта (на примере вида спорта)
10. Специальные мероприятия как PR-инструмент продвижения международных соревнований (на примере конкретных спортивных мероприятий)
11. SMM-стратегия по популяризации спортивного клуба (на конкретном примере)
12. PR-продвижение спортивного туризма как бренда региона (на конкретном примере)
13. Событийный маркетинг как способ продвижения спортивной организации
14. Event-мероприятия как инструмент восстановления спортивной репутации страны в кризисных ситуациях
15. Формирование атмосферы любительского футбольного клуба посредством связей с общественностью
16. Образ спортсмена как PR-стратегия продвижения спортивного клуба

17. Развлекательные программы на телевидении как инструмент продвижения вида спорта (на примере конкретного спорта).
18. Социокультурные аспекты пропаганды ФКиС (советский и постсоветский периоды)
19. Позиционирование ценностей спорта в современной отечественной прессе
20. Продвижение бренда фирмы посредством проведения спортивных мероприятий
21. Спортивные мероприятия как эффективный инструмент формирования корпоративного PR
22. Специальные мероприятия как инструмент корпоративной культуры
23. PR-технологии привлечения клиентов в физкультурно-спортивные коммерческие организации
24. Социокультурные аспекты футбольного фанатизма в России
25. Взаимодействие PR-структур с организациями футбольных фанатов как средство социализации девиантной молодежи
26. Влияние СМИ на формирование образа футбольного фаната в массовом сознании
27. Роль СМИ в формировании агрессии и насилия в футболе и околофутбольной среде
28. Формирование положительного имиджа спорта средствами художественного кинематографа.
29. Стратегии рекламных и PR-технологий в продвижении детских спортивных школ.
30. PR-деятельность в продвижении спортивного клуба.
31. Применение PR-технологий при организации спортивно-массовых мероприятий для молодёжи.
32. Социально-психологические особенности использования рекламы в спорте.

33. Сравнительный анализ PR-технологий футбольных клубов по организации работы с футбольными болельщиками.
34. PR-продвижение активного досуга молодёжи
35. PR-технологии привлечения клиентов в физкультурно-спортивные коммерческие организации.
36. Социальные сети и их коммуникативный потенциал в продвижении спортивного мероприятия.
37. Спонсорство как средство продвижения имиджа спортивного клуба.
38. Формирование положительного образа спортсменов средствами кино.
39. Применение PR-технологий в продвижении спортивной моды как жизненного стиля современной молодежи.
40. Использование EVENT-мероприятий для формирования бренда сети фитнес-клубов.
41. Спортивные коммуникации в условиях информационной войны.
42. Стратегии репрезентации спорта в традиционных и новых медиа.
43. Совершенствование PR-технологий при ребрендинге спортивной организации.

Критерии оценки результатов защиты выпускных квалификационных работ

Результаты каждого государственного аттестационного испытания определяются оценками "отлично", "хорошо", "удовлетворительно", "неудовлетворительно". Оценки "отлично", "хорошо", "удовлетворительно" означают успешное прохождение государственного аттестационного испытания.

Критерии оценки ВКР:

1. Соблюдение регламента защиты (10 мин.).
2. Обоснование актуальности, изложение целей и задач исследования, основного содержания разделов выпускной квалификационной работы, интерпретация основных эмпирических результатов работы, обоснование выводов и рекомендаций.
3. Манера изложения доклада (ясность, четкость, свободное владение материалом).
4. Демонстрация иллюстративного материала (инфографики), умение интерпретировать их, обосновать закономерности, отражаемые ими.
5. Лаконизм, конкретность и аргументированность ответов на вопросы.
6. Учет замечаний рецензента, умение оппонировать при необходимости.

Каждый критерий оценивается по четырехбалльной шкале: «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно»

критерии	показатели			
	оценки «2 – 5»			
	неудовл	удовл	хорошо	отлично
Соблюдение регламента защиты	Свыше 10 мин	Свыше 10 мин	Соблюден	Соблюден
Обоснование актуальности, изложение целей и задач исследования, основного содержания разделов выпускной квалификационной работы, интерпретация основных эмпирических результатов работы, обоснование выводов и рекомендаций	Актуальность не обосновывается, цели и задачи не согласованы с темой ВКР, содержание разделов не раскрыто, проблема не выявлена и не аргументирована, интерпретация не соответствует теоретическому содержанию, выводы не обоснованы, рекомендаций нет	Актуальность работы либо не сформулирована, либо сформулирована в самых общих чертах; не четко сформулированы цель, задачи, предмет/объект исследования, содержание разделов раскрыто не полностью, результаты эмпирических исследований не связаны с целью и задачами работы, выводы либо отсутствуют, либо присутствуют только формально	Автор обосновывает актуальность работы в целом. Сформулированы цель, задачи, предмет/объект. Тема работы соответствует содержанию работы. Осуществлена интерпретация основных эмпирических результатов работы, обоснованы выводы, даны рекомендации	Актуальность работы обоснована анализом состояния действительности. Сформулированы цель, задачи, предмет/объект и методы, используемые в работе. Раскрыто основное содержание разделов ВКР, четко произведена интерпретация основных эмпирических результатов работы, логически обоснованы выводы и даны рекомендации
Манера изложения доклада (ясность, четкость, свободное владение материалом)	Автор совсем не ориентируется в содержании и терминологии работы, изложение сбивчивое	Автор недостаточно хорошо ориентируется в тематике, путается в изложении содержания	Автор не всегда обоснованно и конкретно выражает свое мнение по поводу основных аспектов содержания работы	Автор демонстрирует ясность, четкость, свободное владение материалом ВКР
Демонстрация иллюстративного материала (инфографики), умение	Иллюстративный материал отсутствует, неумение интерпретировать	Иллюстративный материал представлен недостаточно, интерпретация и	Наличие иллюстративного материала, достаточное умение его	Активная демонстрация иллюстративного материала, детальная его

интерпретировать их, обосновать закономерности, отражаемые ими	ь и обосновывать закономерности	обоснование закономерностей нечеткое	интерпретации и обоснование отражаемых закономерностей	интерпретация, обоснование закономерностей, отражаемых ими
Лаконизм, конкретность и аргументированность ответов на вопросы	У автора отсутствует конкретность и аргументированность ответов на вопросы	Недостаточная конкретность и аргументированность ответов на вопросы членов ГАК	Автор достаточно уверенно владеет содержанием работы, в основном, отвечает на поставленные вопросы, но допускает незначительные неточности при ответах	Автор уверенно владеет содержанием работы, показывает свою точку зрения, опираясь на соответствующие теоретические положения, грамотно и содержательно отвечает на поставленные вопросы
Учет замечаний рецензента, умение оппонировать при необходимости	Автор не учитывает замечаний рецензента, не умеет оппонировать при необходимости	Не достаточный учет замечаний рецензента, слабое оппонирование	Автор учитывает замечания рецензента, старается оппонировать при необходимости	Автор руководствуется замечаниями рецензента, с успехом оппонировать при необходимости
Оценка работы	Оценка «2» ставится, если бакалавр обнаруживает непонимание содержания работы и неумение применять полученные знания на практике, защиту строит не связно, допускает существенные ошибки, которые не может исправить даже с помощью членов	Оценка «3» ставится, если студент на низком уровне владеет методологическим аппаратом, допускает неточности при формулировке теоретических положений, профессиональных понятий и терминов, материал излагается не связно, практическая часть исследования	Оценка «4» ставится, если студент на достаточно высоком уровне овладел методологическим аппаратом, осуществляет содержательный анализ теоретических источников, но допускает отдельные неточности в теоретическом обосновании и во владении профессиональными и понятиями и	Оценка «5» ставится, если студент на высоком уровне владеет методологическим аппаратом, осуществляет сравнительно-сопоставительный анализ разных теоретических подходов или концепций, практическая часть исследования выполнена качественно и на высоком

	комиссии, практическая часть исследования не выполнена	выполнена некачественно	терминами	уровне
--	--	----------------------------	-----------	--------

Общая оценка выставляется на основании следующих условий:

«отлично» – если по пяти и более критериям работа оценена на «отлично», а по остальным «хорошо»;

«хорошо» – если по пяти и более критериям работа оценена на «хорошо» и «отлично», а по остальным критериям «удовлетворительно»;

«удовлетворительно» – если по пяти критериям работа оценена не ниже «удовлетворительно», а по двум – «неудовлетворительно»;

«неудовлетворительно» – если по трем и более критериям работа оценена «неудовлетворительно».

Окончательная оценка за выпускную квалификационную работу бакалавра выставляется по совокупности комиссией ГИА при закрытом обсуждении. Руководитель работы и рецензент пользуются правом совещательного голоса. При равенстве голосов голос председателя имеет перевес.

**МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ
ПО ПРОВЕДЕНИЮ ПРАКТИКИ**

ОБРАЗЕЦ ТИТУЛЬНОГО ЛИСТА ОТЧЕТА

МИНИСТЕРСТВО СПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное образовательное учреждение высшего образования
«Российский государственный университет физической культуры, спорта,
молодежи и туризма (ГЦОЛИФК)»

ОТЧЕТ

о прохождении _____ практики

(вид практики)

(тип практики)

обучающегося группы _____ курса _____

направление подготовки и профиль _____

Фамилия _____

Имя _____

Отчество _____

Сроки прохождения практики _____

Руководитель практики от РГУФКСМиТ

(Фамилия, имя, отчество, должность)

Заведующий кафедрой _____

ОБРАЗЕЦ ПРИМЕРНОГО СОДЕРЖАНИЯ ОТЧЕТА ПО ПРАКТИКЕ

Содержание

Содержание	3
Введение	5
Основная часть	7
Заключение	11
Список используемых источников.....	12
Приложение 1	14

ОБРАЗЕЦ ДНЕВНИКА ПРАКТИКИ

МИНИСТЕРСТВО СПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский государственный университет физической культуры, спорта,
молодежи и туризма (ГЦОЛИФК)» (РГУФКСМиТ)

ДНЕВНИК

Практика _____
(наименование вида и типа практики)

(наименование профильной
организации)

Руководитель от профильной организации:

(ФИО, должность)

Руководитель практикой от РГУФКСМиТ:

(ФИО, должность)

Обучающийся _____ курса

(формы обучения)

Направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль Спортивная реклама и PR

Способ проведения практики _____

Сроки практики: с «__» _____ 201__ г. по «__» _____ 201__ г.

20__ /20__ учебный год

ОБРАЗЕЦ РАБОЧЕГО ГРАФИКА ПРАКТИКИ

Рабочий график проведения практики

Руководитель от профильной организации _____
(ФИО)

Руководитель практикой от РГУФКСМиТ _____
(ФИО)

семестр		
___.__.---	1. Цель, задачи, содержание и организация практики. Инструктаж	
	2. Основные направления работы, распорядок дня практиканта. Требования, предъявляемые к студентам	
	3. Задачи, распределение обязанностей	
	4. Составление индивидуального плана прохождения практики	
	5. Выбор методов исследования целевой аудитории продукта, сферы применения, каналов распространения в информационном пространстве новых медиа	
	6. Разработка рекламного и PR инструментария продвижения продукта; выбор стратегий обновления продукта с учетом новых маркетинговых технологий	
	7. Сбор, анализ и систематизация собранного эмпирического материала и хода практики	
	8. Подготовка отчета по практике	
	9. Защита отчета по практике	

курс		
Дата	Содержание работы обучающихся	Кол-во часов
семестр		
___.__.---	10. Цель, задачи, содержание и организация практики. Инструктаж	
	11. Основные направления работы, распорядок дня практиканта. Требования, предъявляемые к студентам	
	12. Задачи, распределение обязанностей	
	13. Составление индивидуального плана прохождения практики	
	14. Выбор темы и составление программы исследования (в рамках темы магистерской диссертации); составление библиографии по теме исследования	
	15. Формулирование цели, задач и гипотезы исследования; сбор и систематизация теоретического обоснования исследования	
	16. Выбор и обоснование методов исследования; разработка анкеты (опросника), программы наблюдения, тематики фокус-группы и т.п.	
	17. Проведение эмпирического исследования; сбор, анализ и систематизация эмпирического обоснования исследования	
	18. Анализ и систематизация собранного материала и хода практики	
	19. Подготовка отчета по практике	
	20. Защита отчета по практике	

Руководитель от профильной организации	_____	_____
	(подпись)	(ФИО)
Руководитель практикой от РГУФКСМиТ	_____	_____
	(подпись)	(ФИО)

Рабочий график проведения практики (на каждый семестр)

№ п/п	Ф.И.О. обучающегося	Даты проведения практики																													
1																															
2																															
3																															
4																															
5																															
6																															
7																															
8																															
9																															
10																															
11																															
12																															
13																															
14																															
15																															

Руководитель от профильной организации _____
 (подпись) (ФИО)

Руководитель практикой от РГУФКСМиТ _____
 (подпись) (ФИО)

ОБРАЗЕЦ ИНДИВИДУАЛЬНОГО ЗАДАНИЯ

Индивидуальное задание

на _____

(наименование типа практики)

обучающийся _____ курса, _____ формы обучения,
направления подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
профиль Спортивная реклама и PR

(ФИО обучающегося)

способ проведения практики: _____

Сроки практики: с «__» _____ 20__ г. по «__» _____ 20__ г.

Индивидуальное задание:	Содержание практики:	Планируемые результаты практики:
1. Ознакомиться с программой практики (цель, задачи, содержание и организация практики)	Получить научно-профессиональные знания в области спортивной рекламы и PR в информационном пространстве новых медиа	Овладеть знаниями в области спортивной рекламы и PR в информационном пространстве новых медиа. Приобретение студентами практических навыков разработки проектных решений; подготовке предложений и мероприятий по реализации разработанных проектов и программ
2. Заполнить индивидуальный план	Заполнить индивидуальный план в соответствии с графиком прохождения практики	Сдать руководителю от РГУФКСМиТ индивидуальный план, подписанный руководителем базы практики
3. Выбор спортивного продукта и разработка программы его исследования	Осуществить выбор спортивного продукта и разработать программу его исследования в информационном пространстве новых медиа	Овладеть навыками разработки программы исследования спортивного продукта в информационном пространстве новых медиа
4. Проанализировать предпосылки появления спортивного продукта	Изучить предпосылки социального заказа, определить цели и задачи исследования, построить прогнозную модель продукта	Характеристика содержания социального заказа в информационном пространстве новых медиа, определение целей и задач исследования, построение прогнозной модели продукта
5. Выбор методов исследования целевой аудитории продукта, сферы применения, каналов распространения	Осуществить исследования целевой аудитории продукта, определить сферы применения, каналы распространения в информационном пространстве новых медиа	Овладеть навыками исследования целевой аудитории продукта, диагностики сферы применения, эффективного выбора каналов распространения в информационном пространстве новых медиа
6. Разработка рекламного и PR инструментария	Разработать рекламный и PR инструментарий продвижения	Овладеть навыками разработки рекламного и PR

продвижения продукта; выбор стратегий обновления продукта	продукта в информационном пространстве новых медиа; определить стратегии обновления продукта с учетом новых маркетинговых технологий	инструментария продвижения продукта в информационном пространстве новых медиа; овладеть навыками выбора стратегий обновления продукта с учетом новых маркетинговых технологий
7. Собрать информацию для составления отчета по практике	Сформировать отчет	Согласовать с руководителем практики от РГУФКСМиТ
8. Подготовить отчет по практике	Оформить отчет	Сдать отчет руководителю практики от РГУФКСМиТ для проверки
9. Подготовиться к дифференцированному зачету по практике		Защита отчета по практике

Руководитель от профильной организации _____
(подпись) (ФИО)

Руководитель практикой от РГУФКСМиТ _____
(подпись) (ФИО)

**Форма титульного листа выпускной квалификационной работы
специалиста/бакалавра**

**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ, СПОРТА, МОЛОДЕЖИ И ТУРИЗМА
(ГЦОЛИФК)»**

ГУМАНИТАРНЫЙ ИНСТИТУТ

кафедра рекламы, связей с общественностью и социально-
гуманитарных проблем

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА

на тему:

**«ТЕМА ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЫ,
УТВЕРЖДЕННАЯ ПРИКАЗОМ»**

42.03.01 – Реклама и связи с общественностью

Исполнитель:

Студент ____ курса профиля

«Спортивная реклама и PR»

(очной/заочной) формы обучения

Фамилия Имя Отчество

Научный руководитель:

указать должность научного руководителя по кафедре,

ученую степень и ученое звание

Фамилия И.О.

Москва – 201__

Образец оформления содержания ВКР
Рекомендуемая типовая структура

Наименование разделов, глав, частей	Кол-во страниц (не более)
ВВЕДЕНИЕ	2
ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ (НАЗВАНИЕ)	25
1.1. Определение, выявление предмета исследования. Уточнение терминологии	5
1.2. Обзор современного состояния научных разработок в области объекта и предмета исследования	10
1.3. Обзор методических разработок в проблемной области объекта и предмета исследования	10
ГЛАВА 2. АНАЛИТИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ (НАЗВАНИЕ)	30
2.1. Краткая характеристика исследуемого объекта	5
2.2. Анализ состояния проблемы, вскрытие недостатков и причин, их обусловивших	10
2.3. Выявление тенденций развития, обозначение путей совершенствования процесса, предложение технологий возможного совершенствования исследуемого объекта	15
ГЛАВА 3. ПРОЕКТНАЯ ЧАСТЬ (НАЗВАНИЕ)	
3.1. Постановка задач и разработка проекта совершенствования объекта	10
3.2. Разработка плана мероприятий по реализации проекта	10
3.3. Оценка эффективности проектных решений	5
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	3
Излагаются теоретические и практические выводы и предложения, возникшие в результате исследования	
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ	2-3
ПРИЛОЖЕНИЯ	Без огранич-й

*Образец отзыва научного руководителя на ВКР***ОТЗЫВ**

научного руководителя на квалификационную работу студента очной/заочной формы обучения, ... курса, направления 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», направленность Спортивная реклама и PR»

Иванова Ивана Ивановича на тему: «Социокультурные аспекты формирования имиджа вида спорта на телевидении (на примере футбола)»

Актуальность исследования определяется проблемой низкого зрительского интереса к футбольным матчам национального первенства и играм сборной команды страны.

Цель работы заключается в выявлении

Объектом данного исследования выступают социокультурные практики

Предметом исследования являются технологии формирования

Теоретико-методологической базой исследования стали работы А.В. Полонского, К. В. Сняtkова, Е. А. Кожемякина, в области дискурс-анализа, а также работы, посвященные природе имиджа А.Ю. Панасюка, Е.Б. Перелыгина, Е.В. Позднышева.

Эмпирическую базу исследования составили видеозаписи

Общая характеристика работы: В первой главе процесс формирования имиджа рассматривается в связи ..., дается характеристика имиджеформирующей информации, выявляются уровни ее реализации и особенности использования. Вторая глава посвящена описанию методов исследования, его организации и этапов. В третьей главе анализируются и классифицируются Описывается динамика развития ..., обусловленная социокультурной ситуацией. По силе суггестивного воздействия классифицируются ..., рассматривается роль

Основные выводы по результатам исследования:

-
-
-
-

Структура работы. состоит из трех глав, введения, заключения и списка литературы, содержащего 60 литературных источников. Работа изложена на 84 страницах.

Процент оригинальности текста:

Научный руководитель

Образец рецензии на ВКР

РЕЦЕНЗИЯ
на квалификационную работу
студента очной (заочной) формы обучения, 4 (5) курса, направления
42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», направленность
«Спортивная реклама и PR» Иванова И.И.
на тему «Социокультурные аспекты формирования имиджа вида спорта на
телевидении (на примере футбола)»

Квалификационная работа Иванова И.И. состоит из введения, 3-х глав, выводов и списка использованной литературы.

Во введении обоснована актуальность темы, связанная с необходимостью классифицирования и описания существующих технологий формирования имиджа спорта на телевидении, определена цель работы, поставлены задачи, представлено теоретическое обоснование и описана практическая значимость работы.

В первой главе процесс формирования имиджа рассматривается в связи пространством спортивного медиадискурса, дается характеристика имиджеформирующей информации, выявляются уровни ее реализации и особенности использования.

Вторая глава посвящена описанию методов исследования, его организации и этапов.

В третьей главе анализируются и классифицируются выделенные в результате исследования программных продуктов российского спортивного телевидения элементы и характеристики футбола. Описывается динамика развития имиджа футбола, обусловленная социокультурной ситуацией. По силе суггестивного воздействия классифицируются технологии формирования имиджа футбола в рамках телевизионных программ разных жанров, рассматривается роль политики программирования в процессе конструирования имиджа вида спорта.

Выводы, сделанные в результате проведенного исследования, соответствуют поставленным целям и задачам.

К недостаткам работы можно отнести излишне подробный обзор литературы, иногда выходящий за рамки исследования, а также недостаточно систематизированные данные по семантическому анализу текстов спортивных комментаторов.

В целом работа соответствует всем требованиям, предъявляемым к квалификационной работе по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», и может быть допущена к защите.

Рецензент