

**АННОТАЦИЯ
РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ
«ЗАЩИТА ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЫ,
ВКЛЮЧАЯ ПОДГОТОВКУ К ПРОЦЕДУРЕ ЗАЩИТЫ И
ПРОЦЕДУРУ ЗАЩИТЫ»**

для подготовки бакалавров по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

1. Цели и задачи освоения дисциплины

Основная образовательная программа высшего образования по направлению подготовки

«Реклама и связи с общественностью» (уровень бакалавра) по профилю подготовки «Реклама и связи с общественностью в коммерческих и некоммерческих организациях» завершается государственной итоговой аттестацией – блок БЗ, включающий части «Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена» и «Защита выпускной квалификационной работы, включая подготовку к процедуре защиты».

Защита ВКР является обязательной частью данной основной образовательной программы и направлена на установление соответствия уровня профессиональной подготовки выпускников требованиям федерального государственного образовательного стандарта высшего образования (ФГОС ВО).

Основные задачи защиты ВКР:

- обеспечить качество профессиональной подготовки бакалавров по направлению

42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»;

- определить уровень подготовки и освоения универсальных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций выпускником по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

выявление степени самостоятельности в решении выпускниками поставленных задач

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП:

Защита выпускной квалификационной работы, включая подготовку к процедуре защиты ВКР входит в блок БЗ «государственная итоговая аттестация» после «Государственного экзамена»

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине

Индекс компетенции	Содержание компетенции (или ее части)	В результате прохождения практики обучающиеся должны:		
		знать	уметь	владеть
УК-1	Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	Знать методики поиска, сбора и обработки информации, метод системного анализа	Уметь: применять методики поиска, сбора, обработки информации, системный подход для решения поставленных задач и осуществлять критический анализ и синтез информации, полученной из актуальных российских и зарубежных источников	Владеть методами сбора и обработки, критического анализа и синтеза информации, методикой системного подхода для решения поставленных задач
УК-2	Способен	Знать действующее	Уметь поводить анализ	Владеть методиками

	определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	законодательство и правовые нормы, регулирующие профессиональную деятельность Основные методы оценки способов решения профессиональных задач, виды ресурсов и ограничений	поставленной цели и формулировать задачи, необходимые для ее достижения, анализировать альтернативные варианты. Использовать нормативно-правовую документацию в сфере профессиональной деятельности	разработки цели и задач проекта. Владеть методами оценки потребности в ресурсах, продолжительности и иных условиях реализации проекта Владеть навыками работы с нормативно-правовой документацией
УК-3	Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	Знать основные приемы и нормы социального взаимодействия, основные понятия и методы конфликтологии, технологии межличностной и групповой коммуникации в деловом взаимодействии	Уметь устанавливать и поддерживать контакты, обеспечивающие успешную работу в коллективе, применять основные методы и нормы социального взаимодействия для реализации своей роли и взаимодействия внутри команды	Владеть простейшими методами и приемами социального взаимодействия и работы в команде
УК-4	Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	Знать принципы построения устного и письменного высказывания на русском и иностранных языках, правила и закономерности деловой устной и письменной коммуникации	Уметь применять на практике деловую коммуникацию в устной и письменной формах, методы и навыки делового общения на русском и иностранном языках, навыками чтения и перевода на иностранном языке в профессиональном общении	Владеть навыками деловых коммуникаций в устной и письменной формах на русском и иностранном языках, методикой составления суждения в межличностном деловом общении на русском и иностранном языках
УК-5	Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	Знать закономерности и особенности социально-исторического развития различных культур в этическом и философском контексте	Уметь понимать и воспринимать разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	Владеть простейшими методами адекватного восприятия межкультурного восприятия общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах, навыками общения в мире культурного многообразия с использованием этических норм поведения
УК-6	Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов	Знать основные приемы эффективного управления собственным временем, основные методики самоконтроля, саморазвития и самообразования на протяжении всей жизни	Уметь эффективно планировать и контролировать собственное время, использовать методы саморегуляции, саморазвития и самообучения	владеть методами управления собственным временем, технологиями приобретения, использования и обновления

	образования в течение всей жизни			социокультурных и профессиональных знаний, умений и навыков, методиками саморазвития и самообразования в течение всей жизни
ОПК1	Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	Знает основные понятия стилистики, принципы и приемы литературного редактирования и копирайтинга, типы текстов и документов, используемых в сфере связей с общественностью и рекламы, отличительные особенности медиатекстов, медиапродуктов, коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ.	Умеет анализировать и создавать тексты и документы, используемые в сфере связей с общественностью и рекламы, осуществлять редакторский анализ и правку текста разных медиасегментов и платформ.	Владеет базовыми навыками создания текстов и документов, используемых в сфере связей с общественностью и рекламы, навыками литературного редактирования, копирайтинга.
ОПК-2	Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	Знать систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития	Умеет учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов.	Владеет навыками создания коммуникационных продуктов, учитывая основные тенденции развития общественных и государственных институтов
ОПК-3	Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	Знает важнейшие достижения культуры и системы ценностей, сформировавшиеся в ходе исторического развития человечества; роль и место цивилизаций прошлого и современности, многообразие культур и цивилизаций в их взаимодействии;	Умеет свободно ориентироваться в истории культурных, социально-экономических и политических процессов; в сферах общественной жизни и деятельности: в культурной, рекламной, хозяйственной деятельности; в политической и государственной жизни	Владеет способностью анализировать культурные, социальные и политически значимые проблемы и процессы в стране и в мире, применяет средства художественной выразительности в создаваемых коммуникационных продуктах;
ОПК-4	Способен отвечать на запросы и потребности аудитории в профессиональной деятельности	Знает возможности практического использования коммуникационных кампаний в различных сферах деятельности, знать методы	Умеет анализировать возможные ситуации на рынке, моделируя ту или иную коммуникационную кампанию, уметь осуществлять обработку и подготовку данных для	Владеет навыками анализа, планирования, реализации и мониторинга коммуникационной кампании.

		организации и проведения опросов потребителей и общественного мнения	анализа Учитывать основные характеристики целевой аудитории при создании рекламных и PR продуктов	
ОПК-5	Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	Знает основные модели коммуникационного процесса, основные виды коммуникации и их специфику; концепции интегрированных коммуникаций в системе маркетинга и менеджмента; виды, средства, формы и способы организации коммуникационного процесса в рекламных и PR – кампаниях, особенности работы PR-отделов в коммерческих и некоммерческих организациях, стратегии создания эффективной коммуникации, принципы корпоративной культуры, возможности практического использования коммуникационных кампаний в различных сферах деятельности действия с учетом механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы	Умеет анализировать возможные ситуации на рынке при разработке коммуникационной компании, применять на практике, анализировать рекламные и PR-кампании, выявлять барьеры, препятствующие эффективной коммуникации;	Владеет навыками анализа, планирования, реализации и мониторинга коммуникационной компании, базовыми навыками организации и управления эффективной рекламной и PR - деятельностью; технологиями анализа рекламных и PR-кампаний; навыками работы с рекламными и PR-текстами, специализированным и документами
ОПК-6	Способен использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии	основы информационной культуры, виды информационно-коммуникационных технологий, основы информационной безопасности , основные методы, способы и средства получения, хранения, переработки информации;	Умеет отбирать для осуществления профессиональной деятельности необходимое техническое оборудование и программное обеспечение, использовать, методики информационно-коммуникационных технологий, методы информационной безопасности, - производить анализ публичной информации, готовить аналитический отчет с выводами о коммуникационных угрозах, слабых сторонах, преимуществах и возможностях во взаимодействии с целевыми аудиториями	Владение на базовом уровне программами и средствами предоставления визуализации данных, технологиями работы с поисковыми сервисами поиска информации и базами данных, технологиями работы со специализированным и базами СМИ и аналитическими системами.

			объекта коммуникации,	
ОПК-7	Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности	Знает цеховые принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности	Ориентироваться в основных принципах этики деловых отношений	Владеет навыком поиска корректных приемов при создании рекламных и PR-продуктов, реализации коммуникационные кампании в соответствии с основными принципами этики деловых отношений.
ПК-1	Способность участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации	Знает основные теоретические подходы к феномену коммуникации возможности их применения в практической деятельности, основные модели коммуникационного процесса, основные виды коммуникации и их специфику; концепции интегрированных коммуникаций в системе маркетинга и менеджмента; виды, средства, формы и методы интегрированных коммуникаций; формы и способы организации коммуникационного процесса в рекламных и PR – кампаниях, особенности работы PR-отделов в коммерческих и некоммерческих организациях, стратегии создания эффективной коммуникации, принципы корпоративной культуры, возможности практического использования коммуникационных кампаний в различных сферах деятельности	Умеет анализировать возможные ситуации на рынке, моделируя ту или иную коммуникационную компанию, применять на практике навыки медиапланирование, выбирать наиболее адекватные ресурсы для размещения, информации оценивать эффективность коммуникационных моделей, ориентироваться в сложностях создания эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, особенности внутренней и внешней коммуникации, анализировать рекламные и PR-кампании, выявлять барьеры, препятствующие эффективной коммуникации; ориентироваться в сущности различных разновидностей интегрированных коммуникаций; осуществлять выбор медиаканалов и медианосителей на основе концепции интегрированных коммуникаций; оценивать эффективность рекламных и PR-кампаний; применять методы и технологии интегрированных коммуникаций в профессиональной сфере	Владеет практическими навыками анализа, планирования, реализации и мониторинга коммуникационной компании, методологией анализа интегрированных коммуникаций в рекламе и связях с общественностью; базовыми навыками организации и управления эффективной рекламной и PR - деятельностью; технологиями анализа рекламных и PR-кампаний; навыками работы с рекламными и PR-текстами, специализированным и документами
ПК-2	Способность принимать участие в планировании,	Знает виды коммуникационных кампаний и мероприятий,	Умеет учитывать результатов исследований в	Владеет способностью принимать участие в

	подготовке и проведении кампаний и мероприятий по продвижению продуктов	<p>место и роль массовой информации, СМИ в структуре массовых коммуникаций; особенности технических средств массовой коммуникации; основные положения теории и практики массовой информации,</p> <p>принципы и правила создания рекламы и принципы работы в сфере связей с общественностью, закономерности функционирования отдела по связям с общественностью, понятия и категории имиджа, подходы к его формированию</p>	планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий, создать рекламу и наладить работу отдела по связям с общественностью, выявлять и оценивать имидж личности и организации, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью, разрабатывать рекомендации по улучшению имиджа, принимать участие в работе рекламных и PR-служб, осуществлять оперативное планирование и контроль за рекламной и PR-деятельностью.	<p>планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий в соответствии с целями и задачами организации на основе результатов исследований,</p> <p>приемами создания рекламы и рекламных материалов, навыками формирования имиджа: личности, организации, навыками продвижения товара и услуг организации</p>
ПК-3	Способен организовывать продвижение продукции СМИ	Знает особенности и инструменты организации продвижения продукции СМИ	Умеет разрабатывать программу продвижения продукции СМИ, оценивать его экономическую, эффективность.	Владеет навыками разработки программы продвижения продукции СМИ
ПК-4	Способен организовывать и осуществлять работу по созданию и редактированию контента	Знает Технологии контент-менеджмента и контент-маркетинга, аудита сайта и мониторинга социальных сетей	Умеет организовать работы по наполнению сайта текстовым и графическим контентом, собирать информацию из разных источников, систематизировать и излагать ее, писать, обрабатывать и перерабатывать тексты в различных стилях, создавать уникальный и разнообразный контент (текст, фото, видео)	Владеет навыками разработке и создания качественного информационного контента, технологиями аудита сайта, анализа информационных потребностей посетителей сайта.
ПК-5	Способен владеть навыками подготовки аналитических справок, обзоров и прогнозов	Знает формы представления результатов анализа; принципы сбора, обработки и анализа данных маркетинговой информации с целью изучения текущих проблем на товарном рынке и принятия маркетинговых решений; Знать сущность научной проблемы и научной задачи; формы представления результатов.	Умеет описывать выбранные явления, объекты исследования и факторы, оказывающие воздействие на их состояние; уметь осуществлять обработку и подготовку данных для анализа уметь: осуществлять подбор и проводить анализ научно-практической информации; применять базовые знания в профессиональной деятельности	Владеет навыками аналитического исследования и обработки данных; техниками обработки данных при формировании выводов и составлении отчета; навыками грамотного изложения результатов научных исследований, навыками составления и оформления материалов для

				экспертных заключений и отчетов. навыками проведения консалтинга
ПК-6	Способен применять исследовательские инструменты при проведении маркетинговых и социологических исследований в профессиональной деятельности	Знает методы и технологию проведения маркетинговых и социологических исследований, основные характеристики и отличия методов сбора информации; принципы, виды, критерии и этапы сегментирования рынка; факторы, оказывающие влияние на имидж организации; принципы отбора и упорядочения собранных материалов путем их систематизации;	Умеет организовать и проводить маркетинговые и социологические исследования, организовывать опросы общественного мнения, потребителей с целью выявления их лояльности к товару и фирме, с целью выявления конкурентных преимуществ организации, : анализировать специфику управления организацией;	Владеет навыками анализа результатов исследований, средствами, формами и технологиями аналитического исследования и статистической обработки данных; навыками оценки информации и подготовки принятия решений

4. Общая трудоемкость дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины: 7,5 зет

5. Образовательные технологии

При организации самостоятельной работы используются следующие образовательные технологии:

- работа с текстами: нормативных документов, лекций, учебниками, дополнительной литературой, в том числе материалами Интернета;
- подготовка текста ВКР;
- подготовка к процедуре защиты ВКР и пр.

6. Контроль успеваемости

Промежуточный контроль осуществляется путем проведения процедуры предзащиты ВКР.

Итоговый контроль знаний осуществляется путем проведения процедуры защиты ВКР по утвержденной программе.