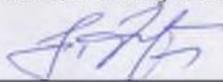


**МИНИСТЕРСТВО КУЛЬТУРЫ, СПОРТА И МОЛОДЕЖИ
ЛУГАНСКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ**

**ГОУК ЛНР «ЛУГАНСКАЯ ГОСУДАРСТВЕННАЯ АКАДЕМИЯ
КУЛЬТУРЫ И ИСКУССТВ ИМЕНИ М. МАТУСОВСКОГО»**

УТВЕРЖДАЮ:
Ректор ГОУК ЛНР «ЛГАКИ
им. М. Матусовского»


В.Л. Филипов

« 29 » 03 2019 г.

**ПРОГРАММА
ГОСУДАРСТВЕННОЙ ИТОГОВОЙ АТТЕСТАЦИИ**

Направление подготовки

42.04.01 Реклама и связи с общественностью

Квалификация

Магистр

Форма обучения

очная

Луганск
2019 год

Программа государственной итоговой аттестации разработана в соответствии с требованиями ГОС ВО по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденным приказом Министерства образования и науки Луганской Народной Республики от 24.08.2018 № 791-од.

Программа государственной итоговой аттестации по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью принята на заседании кафедры рекламы и PR-технологий «28» августа 2019 г., протокол № 1.

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Государственная итоговая аттестация (далее ГИА) – процесс итоговой проверки и оценки знаний, умений, навыков выпускника, полученных в результате освоения основной образовательной программы по направлению подготовки.

Цель ГИА – установление соответствия подготовки выпускников, завершивших обучение, государственному образовательному стандарту высшего образования с последующим присвоением студентам-выпускникам квалификации магистра.

Задачи ГИА – дать объективную оценку наличию у выпускника теоретической и практической профессиональной подготовленности в разных видах деятельности, предусмотренных ГОС ВО по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью.

К ГИА допускаются обучающийся, не имеющие академической задолженности и в полном объеме выполнивший учебный план или индивидуальный учебный план по образовательной программе высшего образования по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью.

ГИА проводится в форме защиты выпускной квалификационной работы магистра.

Программа ГИА, включая требования к выпускным квалификационным работам и порядку их выполнения, критерии оценивания доводится до сведения обучающихся не позднее, чем за шесть месяцев до начала ГИА.

ВИДЫ И СОДЕРЖАНИЕ АТТЕСТАЦИОННЫХ ИСПЫТАНИЙ

Государственная итоговая аттестация направления подготовки: 42.04.01 Реклама и связи с общественностью проходит в виде выпускной квалификационной работы магистров – магистерской диссертации (далее – ВКРМ).

ВКРМ студента-выпускника магистерской программы является общим итогом его исследовательской работы и профессиональной подготовки в соответствии с образовательной программой по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью.

ВКРМ представляет собой самостоятельную, логически выстроенную и завершённую работу, связанную с решением задач в тех видах профессиональной деятельности, к которым готовится студент в соответствии с требованиями государственного образовательного стандарта по направлению подготовки.

ВКРМ представляет собой выполненную обучающимся или обучающимися совместно работу, демонстрирующую уровень подготовленности выпускника к самостоятельной профессиональной деятельности. Выбор темы, этапы подготовки, поиск библиографических источников и литературы, их изучение и отбор фактического материала, методика написания, правила оформления и защиты выпускной квалификационной работы имеют много общего с выпускной квалификационной работой бакалавра. Однако требования к данной работе в научном отношении существенно выше.

При выполнении ВКРМ обучающиеся должны показать свою способность, опираясь на полученные знания, умения, навыки и опыт деятельности, а также на сформированные компетенции, самостоятельно решать на современном уровне задачи своей профессиональной деятельности, излагать специальную информацию, научно аргументировать и защищать свою точку зрения.

Общими требованиями к ВКРМ являются:

- соответствие названия работы ее содержанию;
- четкость построения, логическая последовательность изложения материала;
- глубина исследования и полнота освещения вопросов, краткость и точность формулировок, конкретность изложения результатов работы;
- доказательность выводов и обоснованность рекомендаций;

апробация результатов исследования;
грамотное оформление работы.
Тема ВКРМ студента утверждается приказом ректора в октябре месяце учебного года, являющегося выпускным.

РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ПРОВЕДЕНИЮ ИСПЫТАНИЙ

Подготовка и защита ВКРМ

Успешное выполнение ВКРМ во многом зависит от четкого соблюдения установленных сроков и последовательности выполнения отдельных этапов работы:

выбор и закрепление темы, утверждение научного руководителя;
получение задания от руководителя на исполнения работы и графика исполнения;
разработка примерного плана работы, согласование его с научным руководителем;
подбор литературы;
написание ВКРМ;
согласование первого варианта ВКРМ с научным руководителем;
оформление ВКРМ в окончательном варианте.

Представление ВКРМ к защите в государственную аттестационную комиссию и ее защита.

ВКРМ включает в себя следующие элементы:

титульный лист
задание и календарный план выполнения работ;
аннотацию;
оглавление;
введение;
основная часть: главы, параграфы, пункты, подпункты (при необходимости);
заключение;
список источников и литературы;
приложение.

Титульный лист

Титульный лист – первый лист ВКРМ, оформляется по установленной форме.

Задание и календарный план выполнения работ

Бланк задания к ВКРМ заполняет научный руководитель при участии выпускника. В задании указываются название темы, структура работы, перечень графического, иллюстративного и иного материала, срок выполнения. Задание подписывают обучающийся, руководитель и заведующий кафедрой.

Аннотация

В составе ВКРМ предусматривается аннотация на русском и английском языках. Аннотация – краткая характеристика документа с точки зрения его назначения, содержания вида, формы и других особенностей. Аннотация должна содержать сведения об объеме, количестве использованных источников и приложений, текст аннотации и ключевые слова.

Оглавление

Оглавление включает все составные части документа, идущие после него, т.е. введение, наименования всех глав, параграфов (при их наличии), заключение, список источников и литературы, приложение. Оглавление должно быть вынесено на отдельную страницу.

Введение

Введение включает в себя обоснование выбора темы, в том числе:
доказательство актуальности выбранной темы работы (обоснование актуальности решения выбранной проблемы);
цель и задачи исследования;

объект и предмет исследования;
характеристика методов исследования (включает обоснование выбора и характеристику используемых теоретических и эмпирических методов исследования);
сущность инновационности работы;
результаты апробации (на конференциях, в виде публикаций, актов внедрения т.д.).

Основная часть

Текст ВКРМ содержит перечень глав, разделов, параграфов и приложений. Данный перечень должен быть сформирован исходя из логики исследования и согласно поставленной цели, задачам. Рекомендуемое процентное соотношение частей ВКРМ работы следующее: введение – 4%; глава 1 – 30%; глава 2 – 50%; заключение – 5%; список использованных источников – 1%; приложения – 10%.

Минимальный объем работы без приложений должен составлять не менее 70 страниц.

Основная часть должна содержать критический анализ состояния проблемы, степень ее изученности (обзор и анализ источников с обязательным указанием концептуальности, теоретико-методологических оснований существующих подходов в изучении проблемы; под источниками научного исследования понимается вся совокупность непосредственно используемых в работе материалов, несущих информацию о предмете исследования).

Основная часть состоит из теоретической и практической частей. Теоретическая часть раскрывает методологию и методику научно-аналитической и научно-исследовательской работы по избранной теме, содержит обоснование избранной методологии и методов теоретического и прикладного анализа, обзор источников по проблеме, раскрывает актуальность решаемой задачи и историю разработки сформулированной проблемы.

Практическая часть состоит из теоретического и прикладного научного анализа сформулированной проблемы, содержит рекомендации и выводы, направленные на совершенствование работы организации /предприятия в изучаемом направлении сферы рекламы и PR.

В основной части последовательно раскрывается тема ВКРМ, обобщаются полученные результаты.

Требования к конкретному содержанию основной части ВКРМ определяются научным руководителем ВКРМ.

Заключение

В заключении синтезируется суть работы, подводятся итоги решения поставленных задач, формулируются выводы и рекомендации. Формулировки выводов должны кратко констатировать полученные результаты. Результаты (выводы) исследования должны соответствовать поставленным цели и задачам. В заключении отмечается практическая значимость работы, область ее реального или перспективного использования. Объем заключения по ВКР магистра составляет около 3-5 страниц.

Список источников и литературы

Список источников и литературы является составной частью ВКРМ, показывает степень изученности проблемы и включает источники, которыми пользовался автор. Каждый включенный литературный источник должен иметь отражение в тексте ВКРМ.

Приложения

В приложения выносятся вспомогательный иллюстративный и иной материал. Приложение оформляют как продолжение работы на последующих его листах. Объем приложений не ограничен.

Общие требования к оформлению ВКР

Требования к оформлению ВКР магистра определяются соответствующими методическими рекомендациями, разрабатываемыми выпускающей кафедрой.

ВКРМ считается выполненной, если она содержит все структурные элементы, включает разработку всех разделов основной части и оформлена в соответствии с требованиями стандартов ГОСТ 7.32-2001, ГОСТ Р 7.0.5–2008.

Текст ВКРМ должен быть выполнен с использованием компьютера и принтера на одной стороне листа белой односортной бумаги формата А4 (210x297мм).

При компьютерном наборе текста следует использовать текстовый редактор Word со следующими параметрами: шрифт – TimesNewRoman; размер шрифта – 14 пт.; выравнивание текста – по ширине; междустрочный интервал – полуторный; отступ для первой строки абзаца – 1,25 см (абзац должен быть одинаковым по всей работе); размер полей: левое – 25 мм, правое – 10 мм, верхнее – 20 мм, нижнее – 20 мм; переносы по тексту не ставятся; страницы ВКРМ следует нумеровать арабскими цифрами, соблюдая сквозную нумерацию по всему тексту. Номер страницы проставляют посередине верхней части листа без точки шрифтом TimesNewRoman 12 пт.

ВКРМ должна быть написана научным языком, мысли должны быть изложены четко, последовательно и конкретно. Каждая новая мысль должна начинаться с абзаца. Мысли излагаются в обезличенной форме от третьего лица. Однако при формулировке основных положений следует выделять заключения автора, от выводов других авторов. Например, «автор считает», «по мнению автора» и т.д.

В тексте ВКРМ разрешается употреблять аббревиатуры. Применять аббревиатуры можно только после разъяснения их значений при первом упоминании. При этом сначала записывается полная расшифровка аббревиатуры, а затем в круглых скобках записывается аббревиатура.

Наименования структурных элементов ВКРМ: «ОГЛАВЛЕНИЕ», «ВВЕДЕНИЕ», «ЗАКЛЮЧЕНИЕ», «СПИСОК ИСТОЧНИКОВ И ЛИТЕРАТУРЫ», «ПРИЛОЖЕНИЯ» служат заголовками структурных элементов ВКРМ. Заголовки структурных элементов следует располагать по центру строки без точки в конце и печатать прописными буквами, шрифтом TimesNewRoman 14 пт. без абзацного отступа, не подчеркивая.

Главы должны иметь порядковые номера в пределах всей работы, обозначенные арабскими цифрами без точки в конце. После номера точка не ставится.

Расстояние между заголовком глав, параграфов и текстом должно составлять одну пустую строку. Параграфы должны иметь нумерацию в пределах каждой главы.

Каждую главу работы следует начинать с нового листа.

Сокращение слов в тексте не допускается.

Текст ВКРМ должен быть кратким, четким и не допускать различных толкований.

Оформление ссылок и цитат

В тексте ВКРМ может быть использован внутритекстовый вид библиографических ссылок. Внутритекстовые ссылки размещаются непосредственно в строке после текста, к которому относятся. Оформляются в скобках с указанием номера в списке литературы, например, [33]. Ссылки на несколько конкретных работ автора могут быть даны, например, в форме [12-17, 19].

Каждая цитата должна сопровождаться ссылкой на источник. Текст цитаты заключается в кавычки и приводится в той грамматической форме, в какой он дан в источнике, с сохранением особенностей авторского написания. Цитирование должно быть полным, без произвольного сокращения цитируемого текста и без искажений мысли автора. Пропуск слов и предложений допускается без искажения текста и обозначается многоточием.

Заведующий кафедрой осуществляет контроль за соответствием темы выполненной ВКР направленности (профилю) подготовки, за полнотой раскрытия темы в содержании работы, что является условием для допуска к защите ВКРМ.

Итоговая государственная аттестация проводится в сроки, предусмотренные учебным графиком ГОУК ЛНР «ЛГАКИ им. М. Матусовского».

К защите ВКР допускаются обучающиеся, представившие в установленный срок ВКРМ с отзывом руководителя. Защиту проводит Государственная экзаменационная комиссия (ГЭК), которую возглавляет председатель. Обучающиеся, которые не

предоставили итоговый вариант ВКР в установленный срок, отчисляются из ГОУК ЛНР «ЛГАКИ им. М. Матусовского».

Обязательный перечень документов для предоставления итогового варианта ВКРМ на защиту включает:

итоговый вариант ВКРМ в бумажной версии;

отзыв научного руководителя;

аннотация на русском и на английском языке (подписанная студентом, с указанием Ф.И.О студента, темы ВКРМ);

рецензия. Выпускная квалификационная работа подлежит обязательному рецензированию. Рецензентами могут быть высококвалифицированные специалисты, как по проблеме ВКРМ, так и в соответствующей отрасли, работающие на предприятиях, в организациях, высших учебных заведениях (ВУЗ), научно-исследовательских институтах. Рецензент назначается из той области знаний, по тематике которой выполнено исследование.

Рецензент обязан провести квалифицированный анализ основных положений рецензируемой ВКРМ, наличия собственной точки зрения, умения пользоваться методами научного исследования, степени обоснованности выводов и рекомендаций, достоверности полученных результатов, решений, их новизны и практической значимости. Рецензент может оценить степень сформированности у автора ВКРМ компетенций, предусмотренных государственным образовательным стандартом.

Рецензия, подписанная рецензентом с указанием Ф.И.О., ученой степени и (или) ученого звания (если имеются), места работы, должности, даты, заверяется печатью организации, в которой работает рецензент.

Защита ВКРМ оценивается на «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно»:

Решение ГЭК об итоговой оценке основывается на оценках:

руководителя за качество работы, степень ее соответствия требованиям, предъявляемым к ВКРМ;

рецензента за работу в целом, учитывая степень новизны, практической значимости и обоснованности выводов и рекомендаций, сделанных автором по итогам исследования;

членов ГЭК за содержание работы, её защиту, включая доклад, ответы на вопросы и замечания рецензента.

Оценка результата защиты ВКРМ (магистерской диссертации) проводится на закрытом заседании ГЭК. За основу принимаются следующие критерии: актуальность темы; научно-практическое значение темы; качество выполнения работы; содержательность доклада и ответов на вопросы; наглядность представленных результатов исследования в форме слайдов.

По результатам защиты выставляется оценка: «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

Оценка «отлично» выставляется в том случае, если магистрант демонстрирует в ВКР в научной части: репрезентативность собранного материала, умение анализировать полученную информацию; знание основных понятий в области рекламы и связей с общественностью, умение оперировать ими; степень полноты и точности рассмотрения основных вопросов, раскрытия темы; владение методологией и методикой научных исследований и обработки полученных данных; умение представить работу в научном контексте; владение научным стилем речи; аргументированную защиту основных положений работы.

В прикладной части ВКР оценка «отлично» выставляется в том случае, если студент демонстрирует: высокий уровень владения навыками деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью; знание основных методик и инструментов в области рекламы и связей с общественностью; умение анализировать работы

предшественников в данной области; степень полноты и точности рассмотрения основных вопросов, раскрытия темы; определение и осуществление основных этапов работы; высокий достигнутый уровень теоретической подготовки; свободное владение письменной и устной коммуникацией; аргументированную защиту основных положений работы.

Оценка «хорошо» выставляется в том случае, если магистрант демонстрирует в научной части работы: репрезентативность собранного материала, умение анализировать полученную информацию; знание основных понятий в области рекламы и связей с общественностью, умение оперировать ими; владение методологией и методикой научных исследований и обработки полученных данных; единичные (негрубые) стилистические и речевые погрешности; умение защитить основные положения своей работы.

В прикладной части работы оценка «хорошо» выставляется в том случае, если магистрант демонстрирует: хороший уровень владения навыками деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью; знание основных методик и технологий в области рекламы и связей с общественностью; умение анализировать работы предшественников в данной области; определение и осуществление основных этапов проектирования; свободное владение письменной и устной коммуникацией; аргументированную защиту основных положений работы.

Оценка «удовлетворительно» выставляется в том случае, если магистрант демонстрирует в научной части работы: компилятивность теоретической части работы; недостаточно глубокий анализ материала; стилистические и речевые ошибки; слабо аргументированную защиту основных положений работы.

В прикладной части работы оценка «удовлетворительно» выставляется в том случае, если магистрант демонстрирует: недостаточный уровень владения навыками деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью; недостаточное знание методик и инструментов рекламы и связей с общественностью; слабый анализ работ предшественников в данной области; отсутствие самостоятельности в определении и осуществлении основных этапов проектирования; стилистические и речевые ошибки; слабо аргументированную защиту основных положений работы.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется в том случае, если магистрант демонстрирует: компилятивность работы более 60%; несамостоятельность анализа научного материала; грубые стилистические и речевые ошибки; неумение защитить основные положения работы.

Список источников и литературы

Основная литература

1. [Закон Луганской Народной Республики "О рекламе" : от 07.04.2017 № 155-П. — Луганск : \[б. и.\], 2017. — 47 с.](#)
2. [ГОСТ Р 7.0.5-2008. Библиографическая ссылка. Общие требования и правила составления. — М. : Стандартинформ, 2008. — 44 с.](#)
3. [Амзин А. А. Новостная интернет-журналистика : учебное пособие для студентов вузов / А. Амзин. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Аспект Пресс, 2012. — 143 с.](#)
4. [Антипов К. В. Основы рекламы / К. В. Антипов. — 3-е изд. — М. : Дашков и К, 2015. — 326 с.](#)
5. [Берёзкина О. П. Product Placement. Технологии скрытой рекламы / О. П. Берёзкина. — СПб. : Питер, 2009. — 208 с. : ил.](#)
6. [Блюм М. А. PR-технологии в коммерческой деятельности : Учеб. пособ. / М.А. Блюм, Н.В. Молоткова. — Тамбов : ТГТУ, 2004. — 104 с.](#)

7. [Борисов Б. Л. Технологии рекламы и PR : учебное пособие / Б.Л. Борисов. — М. : Фаир-Пресс, 2001. — 624 с. : ил.](#)
8. [Игнатова А. К. Проблемы и технологии PR-работы с АРТ-рынком // Вестник Московского университета. — 2008. — №4. — С. 120-129](#)
9. [Карпова С. В. Рекламное дело : учеб.-метод. пособие и практикум. — М. : Финансы и статистика, 2007. — 224 с. : ил.](#)
10. [Кузякин А.П. Реклама и PR в мировой экономике : учеб. пособ. / А.П. Кузякин, М.А. Семичев. — М. : ТК Велби, 2002. — 320 с.](#)
11. [Мамонтов А. А. Практический PR : Как стать хорошим PR-менеджером. Версия 3.0. — СПб. : Питер, 2011. — 105 с.](#)
12. [Мандель Б. Р. PR: методы работы со средствами массовой информации : Учеб. пособие / Б.Р. Мандель. — М. : Вузовский учебник, 2009. — 205 с.](#)
13. [Блюмин А. М. Мировые информационные ресурсы : учеб. пособие / А. М. Блюмин, Н. А. Феоктистов. — М. : Дашков и К, 2011. — 296 с.](#)
14. [Филатова О. Г. Социальная реклама и PR-поддержка программ развития информационного общества : учеб. пособие. — СПб : НИУ ИТМО, 2013. — 136 с.](#)
15. [Романенко В. Н. Сетевой информационный поиск : практ. пособие / В. Н. Романенко, Г. В. Никитина. — СПб. : Профессия, 2005. — 288 с.](#)

Дополнительная литература

16. Адаир Дж. Эффективная коммуникация / Дж. Адаир. — М.: Эксмо, 2003. - 240 с.
17. Бакулев Г.П. Массовая коммуникация. Западные теории и концепции.- М.: Аспект- Пресс, 2010.-192 с.
18. Баранова Е. А. Конвергентная журналистика. Теория и практика : учебное пособие для бакалавриата и магистратуры / Е. А. Баранова. — М. : Издательство Юрайт, 2017. - 269 с.
19. Медиа. Введение. Учебник. - М.: Юнити-Дана, 2012. - 552 с.
20. Мельник Г.С. MassMedia: Психологические процессы и эффекты. СПб.,1996.
21. Морозова И.Г. Рекламный сталкер. Теория и практика структурного анализа рекламного пространства. М.,2002.
22. Мясникова, М. А. Практика профессионального медиаобразования : учебное пособие / М. А. Мясникова. — М. : Издательство Юрайт, 2018. - 179 с.
23. Панкратов Ф.Г, Основы рекламы. /Ф.Г.Панкратов, Ю.К. Баженов, В.Г Шахурин - М.: Дашков и К., 2010.
24. Почепцов Г.Г. Информационные войны. Новый инструмент политики.-М.: Алгоритм, 2015. - 256 с.
25. Селезнева, Л. В. Подготовка рекламного и PR-текста : учебное пособие для вузов / Л. В. Селезнева. - М. : Издательство Юрайт, 2018. - 159 с.
26. Сиденко В.М., Грушко И. М. Основы научных исследований и технического творчества. — Х. : Высшая шк., 1989. — 200 с.
27. Синяева И.М. Реклама и связи с общественностью. – М :Юрайт, 2015. – 552с.
28. Хорошилов А. В. Мировые информационные ресурсы: учеб.пособие: Рек. УМОпо обр. / А.В. Хорошилов, С.Н. Селетков. - СПб. : Питер, 2004. - 176 с.
29. Чумиков А. Н. Реклама и связи с общественностью. Имидж, репутация, бренд: учеб. пособие для бакалавров / А. Н. Чумиков .- М. : Аспект Пресс, 2012 .- 161 с.
30. Чумиков А. Н., Бочаров М. П., Самойленко С. А. Реклама и связи с общественностью: профессиональные компетенции: учебное пособие/А. Н.

Чумиков, М. П. Бочаров, С. А. Самойленко. - М. : Издательский дом «Дело» РАНХиГС, 2016. - 520 с.

31. Чумиков А.Н.: Реклама и связи с общественностью: Имидж, репутация, бренд.- М. : Аспект Пресс, 2014 .- 159 с.
32. Шейко В.Н., Кушнарченко Н.Н. Организация и методика научно-исследовательской деятельности : учеб. / Шейко В.М., Кушнарченко Н.Н. – 3-е изд., стер. – К. : Знание – Пресс, 2003. – С.117 –131.
33. Язык средств массовой информации: Учеб.пособие / под ред. М. Н.Володиной. - М. : Академический Проект : АльмаМатер, 2008. - 760 с.