

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Владимир Александрович Шамахов
Должность: директор
Дата подписания: 19.01.2022 11:15:08
Уникальный программный ключ:
2ca9543fd4843214a9c911304a24cc3a6f9d0cd9

Приложение 9 ОП ВО

**Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА
И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ
ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»**
СЕВЕРО-ЗАПАДНЫЙ ИНСТИТУТ УПРАВЛЕНИЯ – ФИЛИАЛ РАНХиГС

Кафедра журналистики и медиакоммуникаций

УТВЕРЖДЕН
решением методической комиссии по
направлению подготовки 38.04.02
«Менеджмент»
СЗИУ РАНХиГС
Протокол от «15» сентября 2020 г. № 2

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
ГОСУДАРСТВЕННОЙ ИТОГОВОЙ АТТЕСТАЦИИ**

по направлению подготовки

38.04.02 Менеджмент

(код и наименование направления подготовки (специальности))

Консалтинг и репутационный менеджмент в рекламе и связях с общественностью

направленность(и) (профиль (и)/специализация(ии))

магистр

квалификация выпускника

очная, заочная

форма(ы) обучения

Год набора – 2021

Санкт-Петербург, 2020 г.

Автор–составитель:

К. культурологии, доцент,
доцент кафедры журналистики и медиакоммуникаций

Гришанин Н.В.

Заведующий кафедрой журналистики и медиакоммуникаций

Ким М.Н.

СОДЕРЖАНИЕ

1. Перечень компетенций, которыми должны овладеть обучающиеся в результате освоения образовательной программы
2. Показатели и критерии оценивания компетенций
3. Шкалы оценивания
4. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов освоения образовательной программы
5. Методические материалы

1. Перечень компетенций, которыми должны овладеть обучающиеся в результате освоения образовательной программы

1.1. Перечень профессиональных компетенций, владение которыми должен продемонстрировать обучающийся в ходе ГИА:

1.1.1. При защите выпускной квалификационной работы:

В сфере организационно-управленческой деятельности:

- ПК-1 способностью управлять организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями;
- ПК-2 способностью разрабатывать корпоративную стратегию, программы организационного развития и изменений и обеспечивать их реализацию;
- ПК-3 способностью использовать современные методы управления корпоративными финансами для решения стратегических задач;
- ПК ОС-12 способностью оценивать конкурентную среду и разрабатывать маркетинговую стратегию предприятия.

В сфере аналитической деятельности:

- ПК-4 способностью использовать количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами, готовить аналитические материалы по результатам их применения;
- ПК-5 владением методами экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде.

Дополнительные профессиональные компетенции (деятельность в сфере маркетинга):

- ДПК-1 способностью управлять процессами стратегического планирования, руководить подготовкой и реализацией коммуникативных мероприятий и кампаний, оценивать их качество и эффективность;
- ДПК-2 способностью разрабатывать имидж-политику организации и управлять процессами в области репутационного менеджмента;
- ДПК-3 способностью вести консалтинговую деятельность на разных уровнях вовлеченности в предпринимательскую деятельность клиента или профессиональную деятельность органов государственной власти и политических институтов;
- ДПК-4 способностью разрабатывать и оценивать контент и формат макетных материалов с целью формирования и внедрения медийного продукта.

1.2. Перечень универсальных компетенции, подтверждающих наличие у выпускника общих знаний и социального опыта:

- УК ОС-1 способностью применять критический анализ и системный подход для решения профессиональных задач;
- УК ОС-2 способностью применять проектный подход при решении профессиональных задач;
- УК ОС-3 способностью критически оценивать и переосмысливать накопленный опыт в собственной учебно-профессиональной и профессиональной деятельности;
- УК ОС-4 способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач профессиональной деятельности;
- УК ОС-5 способностью работать в коллективе в сфере своей профессиональной деятельности, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия.

2. Показатели и критерии оценивания компетенций (профессиональных компетенций)

2.1. Выпускная квалификационная работа

Таблица 1

Код компетенции	Наименование компетенции	Показатели оценивания	Критерии оценивания	Способ/средство оценивания
ПК-1	способностью управлять организациями и, подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями	<p>Разрабатывает контент и формат макетных материалов с целью формирования и внедрения медийного продукта. Оценивает проектные материалы публичного мероприятия. Управляет коммуникационными процессами при разработке и подготовке проекта публичного мероприятия. Управляет процессами стратегического планирования, в том числе процессами в области репутационного менеджмента. Владеет технологиями управления отношениями с клиентами. Использует современные методы консалтинговой деятельности. Анализирует конкурентную среду при управлении имидж-политикой. Выполнение рабочего задания при реализации на практике трудовых функций в профессиональном коллективе.</p>	<p>Грамотно обосновывает применение конкретной технологии оперативного планирования и оперативного контроля над проектами при реализации рекламных, информационных и пропагандистских кампаний и мероприятий. Самостоятельно и целесообразно формирует основные разделы плана проекта при реализации рекламных, информационных и пропагандистских кампаний и мероприятий. Умеет организовать делопроизводство проекта. Выстраивает грамотную коммуникацию в команде при работе над проектом. Эффективно управляет коммуникацией с клиентами. Обоснованно и целесообразно применяет методы консалтинговой деятельности. Грамотно выстраивает имидж-политику организации с опорой на анализ конкурентной среды. В квалификационной работе есть раздел с описанием проведенного выпускником маркетингового исследования с данными SWOT-анализа.</p>	Содержание работы, доклад, презентация работы, ответы на вопросы членов ГЭК
ПК-2	способностью разрабатывать корпоративную стратегию, программы организационного развития и изменений и обеспечивать их реализацию	<p>Разрабатывает контент и формат макетных материалов для формирования и внедрения медийного продукта в интернет-среде. Руководит разработкой имидж-политики организации. Организует экспертизы решений и консультирует в сфере репутационного менеджмента и имидж-политики. Управляет процессами стратегического планирования, в том числе процессами в области репутационного менеджмента.</p>	<p>Грамотно обосновывает применение конкретной технологии оперативного планирования и оперативного контроля над проектами при реализации рекламных, информационных и пропагандистских кампаний и мероприятий в интернет-среде. Самостоятельно и целесообразно формирует этапы работы над имидж-политикой организации. Качественно осуществляет экспертизу решений высшего руководства организации с позиций имидж-политики. Эффективно и обоснованно руководит процессами в сфере репутационного менеджмента. Выстраивает грамотную коммуникацию</p>	Содержание работы, доклад, презентация работы, ответы на вопросы членов ГЭК

		<p>та. Владеет технологиями управления отношениями с клиентами. Использует современные методы консалтинговой деятельности. Анализирует конкурентную среду при управлении имидж-политикой. Организует работу по разработке рекламы и пиар продукта. Применяет современные методы и технологии формирования корпоративной репутации. Выполнение рабочего задания при реализации на практике трудовых функций в профессиональном коллективе.</p>	<p>в команде при работе над проектом. Эффективно управляет коммуникацией с клиентами. Обоснованно и целесообразно применяет методы консалтинговой деятельности. Грамотно выстраивает имидж-политику организации с опорой на анализ конкурентной среды. Самостоятельно обосновывает целесообразность работы на всех этапах порождения рекламы и пиар продукта. Самостоятельно и грамотно руководит работами по формированию индивидуальной узнаваемости и положительного имиджа компании. Разрабатывает программу стратегического развития организации. В квалификационной работе есть авторский материал по организации коммуникативной кампании или мероприятия. Материалы квалификационной работы прошли апробацию.</p>	
ПК-3	<p>способностью использовать современные методы управления корпоративными финансами для решения стратегических задач</p>	<p>Владеет приемами работы со статистической, фактической и аналитической финансовой информацией. Учитывает финансовые ресурсы при проектировании публичного мероприятия. Интерпретирует финансовые данные при решении стратегических задач. Использует современные методы консалтинговой деятельности. Анализирует конкурентную среду при управлении имидж-политикой. Выполнение рабочего задания при реализации на практике трудовых функций в профессиональном коллективе.</p>	<p>Профессионально анализирует финансовую отчетность в контексте принятия управленческих решений. Различает и соотносит инвестиционную и финансовую стратегии как базовые компоненты общей бизнес-стратегии компании в имидж-политике. Умеет определять критерии экономической эффективности инвестиций в проекте. Обоснованно и целесообразно применяет методы консалтинговой деятельности. Грамотно выстраивает имидж-политику организации с опорой на анализ конкурентной среды и финансовые показатели проекта. Материалы квалификационной работы содержат приложения с материалами дизайнерского проектирования рекламируемого продукта. Материалы для квалификационной работы собраны во время производственных практик (в том числе преддипломной практики).</p>	<p>Содержание работы, доклад, презентация работы, ответы на вопросы членов ГЭК</p>
ПК-4	<p>способностью использовать количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления</p>	<p>Владеет приемами работы со статистической, фактической и аналитической информацией. Применяет специальные программные средства для анализа количественной и качественной информации. Анализирует и интерпретирует данные для</p>	<p>Самостоятельно проводит количественный и качественный анализ в профессиональной области. Качественно готовит аналитические материалы по результатам прикладного исследования с использованием специальных программных средств. Материалы квалификационной работы и презентация на защите отражают степень разработки темы исследования и уровень владения профессиональными</p>	<p>Содержание работы, доклад, презентация работы, ответы на вопросы членов ГЭК</p>

	<p>бизнес-процессами, готовить аналитические материалы по результатам их применения</p>	<p>решения исследовательских задач. Владеет специальными методами и процедурами проведения прикладных исследований и обработки их результатов. Выполнение рабочего задания при реализации на практике трудовых функций в профессиональном коллективе.</p>	<p>методами работы.</p>	
ПК-5	<p>владением методами экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде</p>	<p>Владеет приемами работы со статистической, фактической и аналитической информацией о поведении экономических агентов и рынков в глобальной среде. Владеет навыками маркетингового и инновационного управления в условиях высокой неопределенности и рисков. Владеет специальными методами и процедурами проведения прикладных исследований и обработки их результатов. Выполнение рабочего задания при реализации на практике трудовых функций в профессиональном коллективе.</p>	<p>Грамотно моделирует поведение экономических агентов на международном и национальном рынках. Правильно объясняет прецеденты практики в глобальной экономической среде. Качественно готовит аналитические материалы по результатам прикладного исследования с использованием специальных программных средств. В квалификационной работе в практической главе есть описание самостоятельно проведенного маркетингового исследования. В теоретической части работы проанализирован опыт организации и проведения рекламных кампаний и мероприятий.</p>	<p>Содержание работы, доклад, презентация работы, ответы на вопросы членов ГЭК</p>
ПК ОС-12	<p>способность оценивать конкурентную среду и разрабатывать маркетинговую стратегию предприятия</p>	<p>Владеет приемами работы со статистической, фактической и аналитической информацией о поведении экономических агентов и рынков в глобальной среде. Владеет навыками маркетингового и инновационного управления в условиях высокой неопределенности и рисков. Оценивает конкурентную среду предприятия с учетом проектного подхода и концепции устойчивого развития. Владеет специальными методами и процедурами проведения прикладных исследований и обработки их результатов. Выполнение рабочего задания при реализации на практике трудовых функций в профессиональном коллективе.</p>	<p>Грамотно моделирует поведение экономических агентов на международном и национальном интернет-рынках. Правильно объясняет прецеденты практики в глобальной экономической среде. Самостоятельно собирает исходные данные для анализа конкурентной среды по тематике исследования. Самостоятельно анализирует конкурентную среду по тематике исследования. Качественно готовит аналитические материалы по результатам прикладного исследования с использованием специальных программных средств. Квалификационная работа содержит практическую часть с описанием самостоятельно проведенного маркетингового исследования. Степень оригинальности текста квалификационной работы соответствует установленным требованиям.</p>	<p>Содержание работы, доклад, презентация работы, ответы на вопросы членов ГЭК</p>

		функций профессиональном коллективе.	в	Квалификационная работа отражает достойный уровень владения лингвистическими навыками. Защита квалификационной работы демонстрирует современные профессиональные знания в области репутационного менеджмента.	
ДПК-1	способность управлять процессами стратегического планирования, руководить подготовкой и реализацией коммуникативных мероприятий и кампаний, оценивать их качество и эффективность	Демонстрирует знание основ маркетинга. Демонстрирует знание основ репутационного менеджмента. Демонстрирует знания технологий управления общественным мнением. Разбирается в технологиях проведения исследования и формирования консалтингового проекта. Использует современные методы консалтинговой деятельности. Анализирует конкурентную среду при управлении имидж-политикой. Выполнение рабочего задания при реализации на практике трудовых функций профессиональном коллективе. Публикация научной статьи по теме магистерской диссертации.	в	Свободно и адекватно характеризует аспекты маркетингового анализа. Грамотно составляет план исследования рынка и формирует комплекс мероприятий по формированию репутации. Свободно применяет методы исследования в формировании консалтингового проекта. Свободно владеет технологиями планирования и осуществления коммуникационных программ и мероприятий, разработки медиапланов мероприятий; умеет самостоятельно отбирать аналитический материал для планирования коммуникационных кампаний в соответствии с целями и задачами организации. Грамотно выстраивает имидж-политику организации с опорой на анализ конкурентной среды и стратегию развития организации. Уверенно анализирует репутационные характеристики любого объекта. Квалификационная работа содержит практическую часть с описанием самостоятельно проведенного маркетингового исследования. Степень оригинальности текста квалификационной работы соответствует установленным требованиям. Квалификационная работа отражает достойный уровень владения лингвистическими навыками. Защита квалификационной работы демонстрирует современные профессиональные знания в области репутационного менеджмента.	Содержание работы, доклад, презентация работы, ответы на вопросы членов ГЭК
ДПК-2	способность разрабатывать имидж-политику организации и управлять процессами в области репутационного менеджмента	Ориентируется методологическом методическом маркетинговых исследований. Характеризует информационное поле организации и знает инструменты моделирования современных бизнес-процессов и развития информационных технологий на	и	Умеет грамотно обосновать особенности применения методов исследования имиджа и репутации. Грамотно осуществляет мониторинг и анализ информационного поля, умеет выбирать инструменты сбора данных по формированию репутации и имиджа в инфополе. Грамотно составляет план-сценарий коммуникационного мероприятия, демонстрирует свободное владение методиками оценки эффективности коммуникации. Адекватно и самостоятельно	Содержание работы, доклад, презентация работы, ответы на вопросы членов ГЭК

		<p>информационное поле. Знает основные этапы и методы организации и проведения коммуникационных мероприятий и кампаний, методики оценки эффективности мероприятий и коммуникационных кампаний. Анализирует коммуникационное мероприятие, вырабатывает рекомендации по оптимизации коммуникационного процесса. Выполнение рабочего задания при реализации на практике трудовых функций в профессиональном коллективе. Публикация научной статьи по теме магистерской диссертации.</p>	<p>осуществляет оценку коммуникационного мероприятия, свободно ориентируется в технологиях оценки эффективности проекта. Квалификационная работа содержит практическую часть с описанием самостоятельно проведенного маркетингового исследования. Степень оригинальности текста квалификационной работы соответствует установленным требованиям. Квалификационная работа отражает достойный уровень владения лингвистическими навыками. Защита квалификационной работы демонстрирует современные профессиональные знания в области репутационного менеджмента.</p>	
ДПК-3	<p>способность вести консалтинговую деятельность на разных уровнях вовлеченности и в предпринимательскую деятельность клиента или профессиональную деятельность органов государственной власти и политических институтов</p>	<p>Демонстрирует знание основ маркетинга, репутационного менеджмента. Демонстрирует знания технологий управления общественным мнением. Демонстрирует знание основ репутационного менеджмента. Разбирается в технологиях проведения исследования и формирования консалтингового проекта. Использует современные методы консалтинговой деятельности. Знает основные этапы и методы организации и проведения коммуникационных мероприятий и кампаний, методики оценки эффективности мероприятий и коммуникационных кампаний. Разбирается в вопросах организации внутренних и внешних коммуникаций. Выполнение рабочего задания при реализации на практике трудовых функций в профессиональном</p>	<p>Свободно и адекватно характеризует аспекты маркетингового анализа и репутационного менеджмента. Грамотно и рационально составляет план консалтингового проекта в части исследования рынка и формирует комплекс мероприятий по формированию репутации. Мотивированно применяет методы исследования в формировании консалтингового проекта. Свободно владеет технологиями планирования и осуществления коммуникационных программ и мероприятий, разработки медиапланов мероприятий; умеет самостоятельно отбирать аналитический материал для планирования коммуникационных кампаний в соответствии с целями и задачами организации. Грамотно составляет план-сценарий коммуникационного мероприятия, демонстрирует свободное владение методиками оценки эффективности коммуникации. Уверенно анализирует репутационные характеристики любого объекта. Грамотно и обоснованно анализирует и моделирует деловые коммуникации любого типа. Квалификационная работа содержит практическую часть с описанием самостоятельно проведенного маркетингового исследования.</p>	<p>Содержание работы, доклад, презентация работы, ответы на вопросы членов ГЭК</p>

		коллективе. Публикация научной статьи по теме магистерской диссертации.	Степень оригинальности текста квалификационной работы соответствует установленным требованиям. Квалификационная работа отражает достойный уровень владения лингвистическими навыками. Защита квалификационной работы демонстрирует современные профессиональные знания в области репутационного менеджмента.	
ДПК-4	способность разрабатывать и оценивать контент и формат макетных материалов с целью формирования и внедрения медийного продукта	Анализирует коммуникационное мероприятие, вырабатывает рекомендации по оптимизации коммуникационного процесса. Знает об основных этапах разработки сценария продвижения рекламного продукта. Создает устные и письменные тексты любых жанров на русском и иностранном языке в имитированной ситуации профессиональной коммуникации, владеет методикой редактирования текста. Разбирается в вопросах организации внутренних и внешних коммуникаций. Выполнение рабочего задания при реализации на практике трудовых функций в профессиональном коллективе. Публикация научной статьи по теме магистерской диссертации.	Адекватно и самостоятельно осуществляет оценку коммуникационного мероприятия, свободно ориентируется в технологиях оценки эффективности проекта. Профессиональный текст составлен самостоятельно, информация структурирована, требования к жанру соблюдены. Грамотно оформляет рекламный текст и PR-текст с учетом ситуации коммуникации, способен самостоятельно трансформировать созданный текст. Грамотно и обоснованно анализирует и моделирует деловые коммуникации любого типа. Квалификационная работа содержит практическую часть с описанием самостоятельно проведенного маркетингового исследования. Степень оригинальности текста квалификационной работы соответствует установленным требованиям. Квалификационная работа отражает достойный уровень владения лингвистическими навыками. Защита квалификационной работы демонстрирует современные профессиональные знания в области репутационного менеджмента.	Содержание работы, доклад, презентация работы, ответы на вопросы членов ГЭК

3. Шкалы оценивания

По результатам защиты квалификационной работы выставляется оценка по пятибалльной системе.

3.1. Шкала оценивания ВКР

Оценка результата защиты ВКР производится по результатам открытой защиты ВКР на закрытом совещании членов ГЭК.

Общими критериями оценки ВКР являются:

- обоснованность актуальности темы исследования, соответствие содержания теме, полнота ее раскрытия;
- уровень осмысления теоретических вопросов и обобщения собранного материала, обоснованность и четкость сформулированных выводов и обобщений;
- четкость структуры работы и логичность изложения материала, методологическая обоснованность исследования;
- новизна экспериментально-исследовательской базы;

- владение научным стилем изложения, орфографическая и пунктуационная грамотность;
- объем и новизна научной литературы по исследуемой проблеме;
- соответствие всем требованиям, предъявляемым к оформлению работы;
- качество устного доклада студента-исполнителя (а также презентации и раздаточного материала);
- глубина и точность ответов на вопросы, замечания и рекомендации во время защиты работы.

Обобщенная оценка защиты ВКР определяется с учетом отзыва научного руководителя и рецензии специалиста.

Результаты защиты ВКР оцениваются по пятибалльной системе.

- «ОТЛИЧНО» – присваивается за глубокое раскрытие темы, качественное оформление работы, содержательность доклада и презентации;
- «ХОРОШО» – присваивается при соответствии выше перечисленным критериям, но при наличии в содержании работы и ее оформлении небольших недочетов или недостатков в представлении результатов к защите;
- «УДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО» – присваивается за неполное раскрытие темы, выводов и предложений, носящих общий характер, отсутствие наглядного представления работы и затруднения при ответах на вопросы;
- «НЕУДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО» – присваивается за слабое и неполное раскрытие темы, несамостоятельность изложения материала, выводы и предложения, носящие общий характер, отсутствие наглядного представления работы и ответов на вопросы.

4. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов освоения образовательной программы

4.1. Общая характеристика выпускной квалификационной работы

ВКР представляет собой выпускную квалификационную работу магистра, выполненную на основе изучения научных источников и эмпирических данных, включающую в себя в качестве обязательного компонента обобщение результатов собственных данных и наблюдений. ВКР является самостоятельной, законченной работой научно-исследовательской направленности.

Тема ВКР рассматривается на заседании кафедры журналистики и медиакоммуникации, как правило, продолжает тему научно-исследовательской работы 4 семестра. Эмпирический материал для ВКР студент собирает во время преддипломной практики. Тема и руководитель ВКР утверждается приказом директора академии до начала преддипломной практики.

По тематике выпускная работа магистра должна представлять собой самостоятельное исследование, связанное с разработкой общетеоретических и прикладных профессиональных проблем в сфере рекламы и связях с общественностью, или теоретическое осмысление разработанного (реализованного) проекта, решающего конкретные профессионально-творческие задачи.

Тематика выпускных квалификационных работ должна ежегодно обновляться, быть актуальной, соответствовать направлению подготовки, современному состоянию и перспективам развития науки и техники, требованиям, предъявляемым к уровню подготовки выпускника, обучающегося по соответствующей образовательной программе.

Примерная тематика выпускных квалификационных работ:

1. Коммуникационные программы предприятий в отраслях и сферах деятельности (на примере...)
2. Ambient-media в создании креативной рекламы
3. Government Relations в деятельности инвестиционной компании
4. PR-деятельность компании в отраслях и сферах деятельности
5. PR-деятельность компании в условиях ребрендинга (на примере...)

6. PR-поддержка деятельности компании или органов государственной власти
7. PR-продвижение государственных программ
8. PR-продвижение имиджа компании (на примере...)
9. PR-продвижение музыкальных фестивалей
10. PR-сопровождение стартапов в отраслях и сферах деятельности
11. PR-технологии в отраслях и сферах деятельности
12. PR-технологии в продвижении крупных проектов (на примере ...)
13. Адаптация коммуникационной политики иностранного бренда к условиям локального рынка (на примере ...)
14. Антикризисный PR в политической сфере (в отраслях и сферах деятельности)
15. Взаимодействие власти и бизнеса в отраслях и сферах деятельности (на примере отрасли...)
16. Videоблог как новый канал рекламной коммуникации
17. Влияние рекламы на ценностные ориентиры современной студенческой молодежи
18. Внутренний и внешний туристический имидж страны
19. Внутрикорпоративные коммуникации в компании (на примере...)
20. Значение лидера в формировании имиджа политической партии: региональный уровень
21. Информационное обеспечение государственной политики
22. Информационно-коммуникативные технологии в реализации социальных рекламных проектов
23. Использование мифотворчества в продвижении имиджа государства
24. Использование мобильных приложений как PR-технологии (на примере ...)
25. Коммуникативное сопровождение политики компании (на примере...)
26. Коммуникативные технологии предвыборной кампании кандидата.
27. Коммуникации с внутренней общественностью в компании (на примере...)
28. Коммуникационное сопровождение проектов в отраслях и сферах деятельности
29. Коммуникационные стратегии неприбыльных медиа в современной России
30. Корпоративная культура и мотивация сотрудников компании в малом и среднем бизнесе
31. Корпоративная социальная ответственность малых предприятий в отраслях и сферах деятельности
32. Корпоративная экологическая политика как имиджевый ресурс компании (на примере ...)
33. Корпоративные коммуникации и корпоративная культура в отраслях и сферах деятельности
34. Креативные подходы в рекламе Fashion-брендов
35. Кризисные коммуникации финансовой организации
36. Манипулятивные техники в рекламных слоганах
37. Механизмы поисковой оптимизации в контексте рекламных коммуникаций
38. Особенности информационного сопровождения международных проектов (на примере ...)
39. Особенности продвижения предприятий малого бизнеса в отраслях и сферах деятельности
40. Особенности рекламной деятельности малых предприятий
41. Продвижение брендов на основе современных интернет-технологий размещения (на примере ...)
42. Публичные коммуникации лидеров партий в пространстве Web 2.0
43. Публичные коммуникации органов местного самоуправления в пространстве Web 2.0
44. Разработка ИМК-компаний в интернете (на примере ...)
45. Разработка рекламной кампании по продвижению объектов культуры
46. Рекламное сопровождение программ продвижения бренда

47. Рекламные технологии в продвижении компании в отраслях и сферах деятельности
48. Рекламный потенциал культурных объектов при фандрайзинге
49. Репутация политика в социальных медиа: технологии формирования
50. Современные PR-технологии продвижения персонального бренда
51. Современные технологии формирования имиджа глав крупнейших городов Европы.
52. Сообщество социальной сети «ВКонтакте» как инструмент SMM - продвижения в различных сферах бизнеса
53. Специальные мероприятия в PR-деятельности деловых СМИ (на примере ...)
54. Специальные мероприятия в отраслях и сферах деятельности
55. Специальные мероприятия в формировании имиджа политика
56. Специальные мероприятия как способ приращения публичного капитала (на примере ...)
57. Специфика PR-продвижения коммуникационного агентства (на примере...)
58. Специфика коммуникационного сопровождения в отраслях и сферах деятельности (на примере...)
59. Спортивные мероприятия как инструмент формирования имиджа государства
60. Стратегии и технологии коммуникационного сопровождения бренда.
61. Технологии GR в отраслях и сферах деятельности
62. Технологии PR-сопровождения деятельности органов государственной власти
63. Технологии информационных войн (на примере...)
64. Технологии речевого манипулирования в конкурентном противостоянии брендов
65. Технологии связей с общественностью в избирательной кампании (на примере...)
66. Управление программами социальной ответственности в отраслях и сферах деятельности (на примере...)
67. Формирование имиджа региона (на примере...)
68. Формирование имиджа регионального политического деятеля в социальных сетях
69. Формирование публичного дискурса вокруг группы событий (на примере...)

5. Методические материалы

Выпускная квалификационная работа на степень магистра является проблемно-ориентированной учебно-научной исследовательской работой и предполагает решение конкретных прикладных, практических задач в сфере репутационного менеджмента. Она призвана показать:

- способность студента собирать и систематизировать научно-практическую информацию в области репутационного менеджмента по теме исследования;
- владение навыками написания аналитических работ (справок, обзоров и прогнозов);
- способность проводить исследования в конкретной предметной области, понимать результаты экспериментальных и наблюдательных способов проверки научных теорий.

К защите выпускной квалификационной работы допускается студент, завершивший освоение основной образовательной программы в полном объеме (т.е. сдавший все формы промежуточной аттестации за все семестры).

Перед выполнением выпускной квалификационной работы студенту рекомендовано изучить специальную литературу по методологии научного исследования:

1. Павлов А.В. Логика и методология науки [Электронный ресурс]: Современное гуманитарное познание и его перспективы. – М.: Флинта, 2010. (<http://idp.nwipa.ru:2048/login?url=http://ibooks.ru/product.php?productid=22802&cat=1>)
2. Рузавин Г.И. Методология научного познания [Электронный ресурс]. – М.: ЮНИТИ, 2012. (<http://idp.nwipa.ru:2048/login?url=http://www.iprbookshop.ru/15399.html>)
3. Чумиков А.Н. Реклама и связи с общественностью: имидж, репутация, бренд. – М.: Аспект Пресс, 2012. (<http://idp.nwipa.ru:2048/login?url=http://www.iprbookshop.ru/8976.html>)

При оформлении выпускной квалификационной работы обучающиеся должны опираться на следующие стандарты:

1. ГОСТ 7.32-2001 «Система стандартов по информации, библиотечному и издательскому делу. Отчет о научно-исследовательской работе. Структура и правила оформления»
2. ГОСТ Р 7.9-95 «Система стандартов по информации, библиотечному и издательскому делу. Реферат и аннотация. Общие требования»
3. ГОСТ Р 7.1-2003 «Система стандартов по информации, библиотечному и издательскому делу. Библиографическая запись. Библиографическое описание. Общие требования и правила составления»
4. ГОСТ Р 7.0.5-2008 «Система стандартов по информации, библиотечному и издательскому делу. Библиографическая ссылка. Общие требования и правила составления».

Рекомендации студенту при подготовке доклада на защите выпускной квалификационной работы:

1. Студент должен излагать основное содержание своей выпускной квалификационной работы свободно, с отрывом от письменного текста.
2. Доклад следует начинать с обоснования актуальности темы исследования, его цели и задач, далее по главам раскрывать основное содержание квалификационной работы, а затем осветить основные результаты работы, сделанные выводы и предложения.
3. В процессе защиты целесообразно использовать компьютерную презентацию работы, заранее подготовленный наглядный графический (таблицы, схемы), иллюстрирующий основные положения работы.
4. Регламент доклада – 10 минут.

Показатели и критерии оценки

Таблица 2

<i>Кодкомпетенции</i>	<i>Показатели оценивания</i>	<i>Критерииоценивания</i>	<i>Оценка</i>
УК ОС-1 УК ОС-2 УК ОС-3 УК ОС-4 УК ОС-5	Общенаучная подготовка обучающегося	Знание теоретических основ гуманитарных, социально-экономических, естественнонаучных наук. Владение терминологическим аппаратом гуманитарных и естественнонаучных дисциплин. Широта кругозора и использование междисциплинарных и межнаучных связей.	Отлично Хорошо Удовлетворительно Неудовлетворительно
УК ОС-4	Грамотность речи	Грамотная речь. Владение методами убеждения и аргументации в публичной речи. Грамотное оформление презентации. Логичность текста доклада. Этический аспект речи.	Отлично Хорошо Удовлетворительно Неудовлетворительно
ПК-1 ПК-2 ПК-3 ПК-4 ПК-5 ПК ОС-12 ДПК-1 ДПК-2 ДПК-3 ДПК-4	Профессиональная подготовка в репутационного менеджмента	Знание теоретических основ и практических аспектов будущей профессиональной деятельности. Умение применять целесообразную методику при проведении исследований в профессиональной сфере. Наличие научной публикации.	Отлично Хорошо Удовлетворительно Неудовлетворительно