Министерство образования и науки РФ
Соликамский государственный педагогический институт (филиал)
федерального государственного бюджетного образовательного учреждения
высшего профессионального образования
«Пермский государственный национальный исследовательский университет»

Кафедра социальных и гуманитарных дисциплин

ПРОГРАММА ИТОГОВОЙ ГОСУДАРСТВЕННОЙ АТТЕСТАЦИИ (ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ИТОГОВОЙ ГОСУДАРСТВЕННОЙ АТТЕСТАЦИИ)

Направление подготовки

Направление подготовки бакалавриата: 42.03.01 (031600) Реклама и связи с общественностью

Форма обучения очная

Соликамск, 2015

Программа итоговой государственной аттестации по направлению подготовки 42.03.01(031600) Реклама и связи с общественностью разработана в соответствии с ФГОС ВПО (приказ Минобрнауки РФ о 29.03.2010 № 221 (ред. от 31.05.2011))

Структура

1. Общие положения.
2. Перечень компетенций, которыми должны овладеть обучающиеся в результате освоения образовательной программы
3. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания результатов освоения образовательной программы
4. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов освоения образовательной программы
5. Описание показателей и критериев оценивания компетенций, а также шкал оценивания
6. Литература

Приложение 1. Примерные вопросы для государственного экзамена

1. Общие положения

Итоговая государственная аттестация выпускника бакалавриата осуществляется после освоения им основной образовательной программы и включает защиту выпускной квалификационной работы и сдачу междисциплинарного государственного экзамена.

Целью итоговой государственной аттестации является выявление уровня готовности (сформированности компетенций) выпускника по направлению подготовки 42.03.01 (031600) Реклама и связи с общественностью осуществлять организационно-управленческую; проектную; коммуникационную; рекламно- информационную; рыночно - исследовательскую и прогнозно-аналитическую виды деятельности.

Основные функции государственных аттестационных комиссий:

- комплексная оценка уровня подготовки выпускника и соответствия его подготовки требованиям ФГОС;
- решение вопроса о присвоении квалификации по результатам итоговой государственной аттестации и выдаче выпускнику соответствующего диплома о высшем образовании;

- разработка рекомендаций по совершенствованию подготовки выпускников на основании результатов работы комиссий.

Выпускные квалификационные работы выполняются в форме дипломной работы или дипломного проекта. Темы выпускных квалификационных работ определяются кафедрой. Студенту предоставляется право выбора темы выпускной квалификационной работы вплоть до предложения своей тематики с необходимым обоснованием целесообразности её разработки. При подготовке выпускной квалификационной работы каждому студенту назначаются руководитель и при необходимости консультанты.

Тема ВКР должна соответствовать одному из видов деятельности, к которым готовится бакалавр.

ВКР выполняется в соответствии с Положением о ВКР.

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

- владением культурой мышления, способен к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения (ОК-1);
- умением логически верно, аргументированно и ясно строить устную и письменную речь (ОК-2);
- способность понимать сущность и значение информации в развитии современного информационного общества, сознавать опасности и угрозы, возникающие в этом процессе, соблюдать основные требования информационной безопасности, в том числе защиты государственной тайны (ОК-9)
- владением основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки информации, владением навыками работы с компьютером как средством управления информацией; способностью работать с информацией в глобальных компьютерных сетях (ОК-10);
- способностью обсуждать профессиональные проблемы, отстаивать свою точку зрения, объяснять сущность явлений, событий, процессов, делать выводы, давать аргументированные ответы (ПК-10);
- способностью проводить исследования в конкретной предметной области, понимать результаты экспериментальных и наблюдательных способов проверки научных теорий (ПК-11);
- владением навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы и организации (ПК-20);
- способностью подготовить, организовать и провести анкетирование и опросы мнения потребителей и общественного мнения; осуществить обработку и подготовку данных для анализа (ПК-32);

- способностью собирать и систематизировать научно-практическую информацию по теме исследований в области связей с общественностью и рекламы(ПК-33);
- владеет навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов (ПК-34);

3. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания результатов освоения образовательной программы

3.1. Процедура проведения защиты ВКР

Защита выпускной квалификационной работы проходит на заседании Государственной экзаменационной комиссии.

Защита выпускной квалификационной работы происходит публично. Она носит характер научной дискуссии и происходит в обстановке высокой требовательности, принципиальности и соблюдения научной этики. При этом обоснованному анализу должны подвергаться достоверность и обоснованность всех выводов и рекомендаций научного и практического характера, содержащихся в выпускной квалификационной работе.

Заседание Государственной экзаменационной комиссии начинается с того, что председательствующий объявляет о защите выпускной квалификационной работы, указывая ее названия, фамилию, имя и отчество ее автора, а также докладывает о наличии необходимых в деле документов и кратко характеризует «учебную биографию» выпускника (его успеваемость, наличие текстов публикаций, а также выступлений по теме диссертации на заседаниях научных обществ, научных кружков и т.п.).

Затем слово для сообщения основных результатов научного исследования предоставляется автору выпускной квалификационной работы. В своем выступлении он должен показать высокий уровень теоретической подготовки, эрудицию и способность доступно изложить основные научные результаты проведенного исследования. В докладе автор выпускной квалификационной работы должен сосредоточить основное внимание на главных итогах проведенного исследования, на новых теоретических и прикладных положениях, которые разработаны лично им.

При необходимости следует делать ссылки на дополнительно подготовленные презентацию, чертежи, таблицы и графики. Все материалы, наносимые на схемы и чертежи, должны оформляться так, чтобы автор выпускной квалификационной работы мог демонстрировать их без особых затруднений и они были видны всем присутствующим.

После выступления автора выпускной квалификационной работы задаются вопросы, затем председательствующий зачитывает отзыв

официального рецензента и предоставляет слово его автору для ответа на высказанные замечания.

Далее председательствующий предоставляет слово научному руководителю выпускника. При отсутствии на заседании Государственной экзаменационной комиссии научного руководителя председательствующий зачитывает его письменное заключение на выполненную выпускную квалификационную работу.

На закрытом заседании членов Государственной экзаменационной комиссии подводятся итоги защиты и принимается решение об оценке выпускной квалификационной работы. В соответствии с Положением об итоговой государственной аттестации выпускников высших учебных заведений в Российской Федерации результаты защиты определяются оценками «отлично», «хорошо», «удовлетворительно» и «неудовлетворительно», которые объявляются в тот же день после оформления протокола. Решение принимается простым большинством голосов членов комиссии, участвующих в заседании. При равном числе голосов голос председателя является решающим.

3.2. Процедура проведения междисциплинарного государственного экзамена

Перечень вопросов, выносимых для проверки на междисциплинарном государственном экзамене, утверждается выпускающей кафедрой и доводится до студентов не позднее, чем за 6 месяцев до экзамена.

Государственный экзамен проходит на заседании Государственной экзаменационной комиссии.

После того, как выпускник случайным образом берет экзаменационный билет, ему предоставляется не менее 60 минут для подготовки. Выпускник может делать необходимые записи и использовать их при ответе на билет.

После подготовки, выпускник в устной форме дает ответы членам Государственной экзаменационной комиссии на вопросы, содержащиеся в экзаменационном билете. При этом члены комиссии в устной форме могут задавать вопросы, уточняющие ответ выпускника на вопросы экзаменационного билета.

После ответа выпускника члены Государственной экзаменационной комиссии в устной форме могут задавать любые вопросы в пределах программы государственного экзамена. После этого основная часть процедуры государственного экзамена закончена.

На закрытом заседании членов Государственной экзаменационной комиссии принимается решение об оценке за государственный экзамен. В соответствии с Положением об итоговой государственной аттестации выпускников высших учебных заведений в Российской Федерации результаты государственного экзамена определяются оценками «отлично»,

«хорошо», «удовлетворительно» и «неудовлетворительно», которые объявляются в тот же день после оформления протокола. Решение принимается простым большинством голосов членов комиссии, участвующих в заседании. При равном числе голосов голос председателя является решающим.

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

Содержание и объем междисциплинарного государственного экзамена, структура билета

Содержание государственного экзамена охватывает виды деятельности, к которым готовится бакалавр. Объем и содержание представлено перечнем вопросов для междисциплинарного государственного экзамена (приложении 1).

Билеты государственного экзамена состоят из двух вопросов: один - теоретических, второй – практико - ориентированный.

Пример билета для государственного экзамена

Билет № 1

1. Реклама как социальный институт. Взаимосвязь института рекламы с другими социальными институтами в современном обществе

2. Выполните задание:

Прирост прибыли фирмы составил 30 млн рублей. Расходы на рекламу сложились следующим образом: реклама в газете — 1100 руб. за 1 см^2, площадь объявления — 100 см^2; телевизионная реклама — 2000 руб. в минуту в течение 7 дней; почтовая реклама — 26 тыс. объявлений стоимостью 1,5 руб. за лист с рассылкой 1 руб. за штуку. Определите эффективность рекламы.

Примерные темы ВКР.

1. Анализ (сравнительный анализ) присутствия в информационном пространстве внешних проявлений PR-активности российских или зарубежных компаний.
2. Анализ PR-деятельности компании (на примере предприятия «X»).
3. Сравнительный анализ PR- деятельности компаний «X» и «Y».
4. Анализ рекламной и PR-деятельности компании (на примере предприятия «X»),
5. Специфика осуществления PR-деятельности в сфере ...(например: в страховом бизнесе, фармацевтической промышленности, строительстве

и

др)

6. Особенности осуществления политики связей с общественностью (на примере предприятия «X»).
7. PR-деятельность в туризме (на примере туристической фирмы «...»)
8. Использование PR-технологий в предвыборной кампании (на примере выборов в г. N)
9. Связи с общественностью в коммуникационной политике российских компаний.
10. Связи с общественностью в коммуникационной политике строительных компаний.
11. Решение (содействие решению) экономической (социальной, политической) задачи PR-средствами.
12. Влияние изменений рыночной среды на рекламную и PR-деятельность компании (на примере предприятия «X»).
13. Формирование брендов территорий (на примере «X»).
14. Формирование брендов инноваций (на примере предприятия «X»).
15. Продвижение бренда компании «...» методами PR.
16. PR-подразделение в государственной организации: структура, особенности функционирования, взаимодействие с профессиональными PR-агентствами
17. Деятельность отдела по информационной политике и общественных связей Государственной Думы (или на примере к.-л. региона).
17. Методы и формы организации работы службы по связям с общественностью в ...
18. Структура и функции PR-подразделений в государственных организациях.
19. PR-служба в коммерческой фирме: структура, особенности функционирования, взаимодействие с профессиональными PR-агентствами.
20. Формы и методы взаимодействия отдела по связям с общественностью со СМИ в фирме (на примере предприятия «X»).
21. Особенности PR-коммуникации для агентства недвижимости (на примере предприятия «X»).
22. Организация PR-подразделений в сфере частного бизнеса (на

примере предприятия «Х»).

23. Организация и проведение PR-кампаний (на примере предприятия «Х»).
24. Организация и проведение PR-кампаний по продвижению имиджа.
25. Особенности PR-кампаний в современных условиях.
26. Организация PR-кампаний в ...сфере.
27. PR-кампании: подготовка и проведение (на примере...)
28. Проведение социологических опросов и маркетинговых исследований при оценке эффективности PR-кампаний.
29. Эффективность PR-деятельности и способы её оценки.
30. Оценка эффективности PR-кампаний (на примере предприятия «Х»).
31. Анализ PR-акций в сфере туризма (на примере предприятия «Х»).
32. Качественные исследования в PR-деятельности компаний (на примере предприятия «Х»).
33. Проведение исследований в PR-кампаниях на примере фармацевтической промышленности.
34. Оценка эффективности публикаций агитационных материалов в СМИ.
35. Организация специальных событий (информационный повод).
36. Организация PR-мероприятий по продвижению интенсивного бизнес-образования (на примере ...).
37. Организация специальных событий в сфере бизнеса.
38. Организация и проведение выставок в деятельности компании (па примере предприятия «Х»).
39. Участие в экспозиционной деятельности как эффективный механизм формирования имиджа фирмы (на примере предприятия «Х»).
41. Организация специального события на примере проведения научной конференции «...».
42. Работа специалиста по связям с общественностью при организации и проведении выставки.
43. Типология информационных поводов современной корпорации (на примере предприятия «Х»).
44. Анализ рынка PR-услуг.
45. Современные подходы организации работы PR-агентств (на примере предприятия «Х»).
46. Основные направления работы PR-агентств (на примере предприятия

«X»).

47. Особенности организации деятельности PR-агентств (на примере предприятия «X»).
48. Потребность в PR-услугах общественных организаций (в социальной сфере, в среднем и малом бизнесе и др.)
49. Каналы коммуникации, используемые при позиционировании организации (на примере предприятия «X»).
50. Исследование стереотипов восприятия компании «...» среди целевой аудитории
51. Востребованность услуги формирования внешнего имиджа в среднем и малом бизнесе
52. Востребованность услуги формирования внешнего имиджа некоммерческих организаций.
53. Необходимость использования PR-технологий в малом бизнесе (на примере предприятия «X»).
54. PR-кампании в сети Интернет
55. PR-технологии в Интернете.
56. Web-сайт как базовая форма PR-представительства в Интернете.
57. Корпоративное позиционирование различных аспектов (указать каких конкретно) деятельности компании во внешней среде.
58. Корпоративные связи с общественностью (на примере предприятия «X»).
59. Корпоративные издания: цели, задачи, структура.
60. PR-технологии при формировании корпоративного имиджа компании (на примере предприятия «X»).

Представленный список, конечно, не исчерпывает всего многообразия тем ВКР. Как отмечалось выше, студент может предложить свою тему или уточнить аспект рассмотрения темы, имеющейся в списке. В свою очередь и преподаватель часто предлагает свои формулировки.

5. Описание показателей и критериев оценивания компетенций, а также шкал оценивания

5.1. Оценочные средства

Компетенции	Соответствие компетенций и ИГА

	гос. экзамен	защита ВКР
владением культурой мышления, способен к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения (ОК-1);	+	+
умением логически верно, аргументированно и ясно строить устную и письменную речь (ОК-2);	+	+
способность понимать сущность и значение информации в развитии современного информационного общества, сознавать опасности и угрозы, возникающие в этом процессе, соблюдать основные требования информационной безопасности, в том числе защиты государственной тайны (ОК-9)	+	+
владением основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки информации, владением навыками работы с компьютером как средством управления информацией; способностью работать с информацией в глобальных компьютерных сетях (ОК-10);	+	+
способностью обсуждать профессиональные проблемы, отстаивать свою точку зрения, объяснять сущность явлений, событий, процессов, делать выводы, давать аргументированные ответы (ПК-10);	+	+

способностью проводить исследования в конкретной предметной области, понимать результаты экспериментальных и наблюдательных способов проверки научных теорий (ПК-11);	+	+
владением навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы и организации (ПК-20);	+	+
способностью подготовить, организовать и провести анкетирование и опросы мнения потребителей и общественного мнения; осуществить обработку и подготовку данных для анализа (ПК-32);	+	+
способностью собирать и систематизировать научно-практическую информацию по теме исследований в области связей с общественностью и рекламы (ПК-33);	+	+
владеет навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов (ПК-34);	+	+

5.2. Критерии и показатели оценивания и шкала для оценки компетенций (знаний, умений, навыков и/или опыта деятельности) обучающихся на государственном экзамене

Критерии оценивания устного ответа

Полнота и правильность ответа

Степень осознанности, понимания изученного

Четкость и грамотность речи

Ответы на дополнительные и/или уточняющие вопросы членов комиссии

Оценки ставятся оценки *«отлично»*, *«хорошо»*, *«удовлетворительно»*, *«неудовлетворительно»*. При оценивании используют приведенную ниже шкалу с показателями.

Оценки «отлично» заслуживают ответы, в которых полно и логично раскрываются причинно-следственные связи между политическими и экономическими явлениями и событиями, демонстрируются глубокие знания теоретических вопросов, правовых и нормативных актов, регламентирующих процесс управления, излагается действующая практика, отмечаются слабые и сильные стороны развития различных методов управления и обосновываются пути их совершенствования. Экзаменующийся должен показать знания российской и зарубежной практики. В ответах на все вопросы соблюдаются требования литературной речи и по возможности используются новейшие информационные технологии.

Оценки «хорошо» заслуживают ответы, в которых раскрываются причинно-следственные связи между государственными, политическими и экономическими явлениями и событиями. Ответы на поставленные вопросы излагаются систематизировано и последовательно, но недостаточно полно. При ответе на вопросы членов государственной экзаменационной комиссии экзаменующийся испытывает определенные трудности и формулирует их неточно. Однако при этом основные проблемы при ответах на поставленные вопросы раскрываются.

Оценки «удовлетворительно» заслуживают ответы, в которых неполно раскрываются основные вопросы билета или допускаются неточности в частных вопросах, показываются поверхностные знания вопроса, отсутствуют практические примеры. При ответе на вопросы членов государственной экзаменационной комиссии экзаменующийся испытывает трудности, недостаточно свободно излагает материал, не использует информационные технологии.

Оценки «неудовлетворительно» заслуживают ответы, в которых не соблюдается логичность и последовательность изложения материала, демонстрируются лишь поверхностные знания вопроса, нет достаточного количества отсылок на нормативные документы, экзаменующийся не отвечает на дополнительные вопросы или допускает при этом серьезные неточности.

5.3. Критерии и показатели оценивания и шкала для оценки компетенций (знаний, умений, навыков и/или опыта деятельности) обучающихся на защите выпускной квалификационной работы

В процессе защиты оценивается содержание и оформление выпускной квалификационной работы; ее представление автором работы; соответствие подготовки выпускника требованиям ФГОС и Положения о ВКР.

ВКР оценивается как научное или исследование по следующим критериям:

- обоснованность выбора темы с точки зрения профессиональных задач или с точки зрения уровня развития рассматриваемой области науки и четкость постановки задач исследования;
- качество анализа проблемы (конструктивность научного анализа проблемы с опорой на знания соответствующего раздела математики или информатики, методы исследования);
- анализ литературы, в том числе и источников на иностранном языке;
- уровень знаний в предметной области, необходимых для выполнения поставленных профессиональных или научных задач;
- использование выявленных в теоретической части работы общих положений при выполнении методических или практических разработок;
- теоретическая грамотность и оригинальность методических разработок;
- апробация разработок (по материалам ВКР);
- четкость выводов, их соответствие поставленным задачам;
- оформление работы (грамотность и логичность, ссылки, аккуратность, соответствие требованиям, приведенным в положении о выпускной квалификационной работе бакалавра).

При оценивании используют приведенную ниже шкалу с показателями.

Оценка «отлично» выставляется если:

- ВКР носит исследовательский характер, содержит грамотно изложенный теоретический материал, анализ материала характеризуется логичным последовательным его изложением с соответствующими выводами и обоснованными предложениями;
- ВКР имеет положительный отзыв научного руководителя, справку о внедрении и апробации;
- при защите работы студент показал глубокие знания теоретических аспектов проблемы, свободно оперирует данными исследования, вносит обоснованные предложения по исследуемому вопросу.

Оценка "хорошо" выставляется если:

- ВКР содержит грамотно изложенный теоретический материал, глубокий анализ материала, характеризуется последовательным изложением материала с соответствующими выводами, однако с не вполне обоснованными предложениями;
- имеет положительный отзыв научного руководителя, справку о внедрении и апробации;
- при защите студент показывает достаточные знания вопросов темы, оперирует данными исследования, без особых затруднений отвечает на поставленные вопросы.

Оценка "удовлетворительно" выставляется если:

- ВКР содержит теоретическую главу, базируется на практическом материале, но отличается поверхностным анализом и недостаточно критическим разбором материала, в ней просматривается непоследовательность изложения материала, представлены необоснованные предложения;
- в отзыве руководителя имеются замечания по содержанию работы и методике анализа, проведено частичное внедрение и/или апробация;
- при защите студент проявляет неуверенность, показывает слабое знание вопросов темы, не дает полного, аргументированного ответа на заданные вопросы.

Оценка "неудовлетворительно" выставляется если:

- ВКР не содержит анализа и практического разбора материала, не имеет выводов, либо они носят декларативный характер; не отвечает требованиям, предъявляемым к выпускным квалификационным работам;
- отзыв руководителя имеет отрицательный характер;
- при защите студент затрудняется отвечать на поставленные вопросы по теме, не знает теории вопроса, при ответе допускает существенные ошибки.

6. Литература

Основная литература

1. Лапп Е.А. Учебно-научная и научно-исследовательская деятельность бакалавра [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Лапп Е.А.— Электрон. текстовые данные.— Саратов: Вузовское образование, 2013.— 111 с.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/12718.— ЭБС «IPRbooks», по паролю

2.Шкляр, М.Ф. Основы научных исследований: учеб. пособие / М. Ф. Шкляр. - 3-е изд. - М.: Дашков и К, 2009, 2010. - 244 с. - 2009 - 1экз., 2010

3.Соловьева, Н.Н. Основы подготовки к научной деятельности и оформление ее результатов: для студ., аспирантов и преподавателей / Н. Н. Соловьева. - М.: Изд-во АКиПРО, 2001. - 74 с.

4.Добреньков, В.И. Методология и методы научной работы : учеб. пособие / В. И. Добреньков, Н. Г. Осипова. - М.: КДУ, 2009. - 276 с. - Доп. УМО.

5.Кузнецов П.А. Современные технологии коммерческой рекламы [Электронный ресурс]: практическое пособие/ Кузнецов П.А.— Электрон. текстовые данные.— М.: Дашков и К, 2014.— 296 с.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/35310.— ЭБС «IPRbooks», по паролю

6.Булатова С.Н. Теория и практика связей с общественностью [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Булатова С.Н.— Электрон. текстовые данные.— Кемерово: Кемеровский государственный университет культуры и искусств,

2012.— 80 с.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/22113.— ЭБС «IPRbooks», по паролю

7.Минаева Л.В. Связи с общественностью. Составление документов. Теория и практика [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Минаева Л.В.— Электрон. текстовые данные.— М.: Аспект Пресс, 2012.— 320 с.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/8972.— ЭБС «IPRbooks», по паролю

8.Квят А.Г. Методологические основы связей с общественностью [Электронный ресурс]: курс лекций/ Квят А.Г.— Электрон. текстовые данные.— Омск: Омский государственный университет, 2012.— 175 с.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/24901.— ЭБС «IPRbooks», по паролю

Интернет-ресурсы

1. Информационная система «Единое окно доступа к образовательным ресурсам»: свободный доступ к каталогу образовательных интернет-ресурсов и полнотекстовой электронной учебно-методической библиотеке для общего и профессионального образования: http://window.edu.ru
2. Педагогическая библиотека: http://www.pedlib.ru.
3. Российская государственная библиотека: http://www.rsl.ru
4. Электронная Библиотечная Система (ЭБС) «РУКОНТ» – вход под своим паролем с главной страницы СГПИ: http://www.solgpi.ru или из библиотеки института.
5. Электронно-библиотечная система: образовательные и просветительские издания: http://www.iqlib.ru
6. Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU, РИНЦ: http://elibrary.ru
7. Электронная Библиотечная Система (ЭБС) «РУКОНТ» – вход под своим паролем с главной страницы СГПИ: http://www.solgpi.ru или из библиотеки института.
8. Электронная гуманитарная библиотека: http://www.gumfak.ru

9. International Political Science Association (IPSA) **www.ucd.ie/~ipsa**

Сайты российских и международных PR-ассоциаций

1. CERP (Европейская ассоциация по связям с общественностью). URL: http://cerp.org
2. Global Alliance for Public Relations and Communication Management URL: http://www.globalpr/org
3. IPRA (Международная ассоциация по связям с общественностью). URL: http://www.ipra.org
4. PRSA (Американская ассоциация по связям с общественностью). URL: http://www.prsa.org
5. Ассоциация компаний консультантов в области связей с общественностью. URL: http://www.akos-icco.ru

6. Российская Ассоциация по связям с общественностью (РАСО). URL: http://www.raso.ru

Специальные профессиональные интернет-порталы:

1. 7 Статей. URL: http://www.7st.ru (статьи и новости рекламы, маркетинга, PR)
2. Adme.ru. URL: http://www.adme.ru (ежедневное издание о рекламе)
3. Elitarium.ru: Новости Центра дистанционного образования. URL: http://www.elitarium.ru
4. Hollis-PR Public Relations Portal. URL: http://www.hollis-pr.com/index.asp
5. PR online. URL: http://www.pronline.ru
6. PR place-bibliography of PR books. URL: http://www.prplace.com/pr_bib.htm
7. PR в России. URL: http://www.purp.ru/
8. PRInfo. URL: http://www.mtu-net.ru/prinfo
9. PR-life. URL: http://pr-life.ru
10. PRNews. URL: http://www.prnews.ru/release_list.asp
11. PR-Диалог. URL: http://www.pr-dialog.ru
12. PR-общение http://pr.e-xecutive.ru/index.html. URL: Triz-chance- http://www.triz-chance.spb.ru/
13. Public Relations Links. URL: http://www.suite101.com/links.cfm/public_relations
14. Sostav.ru. URL: http://sostav.ru (информационно-аналитический портал, посвященный рекламе и PR)
15. The Museum of Public Relations. URL: http://www.prmuseum.com/
16. Индустрия рекламы. URL: http://www.ir.magazine.ru
17. Маркетинг. URL: http://www.4p.ru (сайт содержит подборку статей по маркетингу, рекламе и PR, новости)
18. Международный пресс-клуб. URL: [http://pr-club.com/PR_Lib/PR_Rabots.shtml]
19. Рекламные идеи. URL: http://www.advi.ru (Российский журнал о творческом брендинге).
20. Советник. URL: http://sovetnik.ru/
21. Со-общение. URL: http://www.soob.ru/

Электронные учебники:

1. Абельмас Н.В. Универсальный справочник по Паблик Рилейшнз // ELITARIUM.RU: Новости Центра дистанционного образования. URL: http://socioline.ru/node/1150
2. Алешина И.В. Связи с общественностью – PR // ELITARIUM.RU: Новости Центра дистанционного образования. URL: http://socioline.ru/node/428
3. Гусев К.А. Связи с общественностью в экономике // ELITARIUM.RU: Новости Центра дистанционного образования. URL: http://dvo.sut.ru/libr/soirl/i218guse/index.htm

4. Джефкинс Ф., Ядин Д. Паблик рилейшнз // EVARTIST.NAROD.RU: Авторский проект Е.Алеевой. 2005. URL: http://evartist.narod.ru/text10/29.htm
5. Комаровский В.В. Государственная служба и средства массовой информации // ELITARIUM.RU: Новости Центра дистанционного образования. URL: http://www.kursach.com/biblio/0005001/000.htm
6. Королько В.Г. Основы паблик рилейшнз // ELITARIUM.RU: Новости Центра дистанционного образования. URL: http://polbu.ru/korolko_pr/
7. Кочеткова А.В. Медиапланирование // EVARTIST.NAROD.RU: Авторский проект Е.Алеевой. 2005. URL: http://www.evartist.narod.ru/text10/15.htm
8. Крылов И. Введение в медиапланирование. URL: http://www.media-planning.ru/ru/mediaplanning/theory_and_practice/articles/intro.htm

программное обеспечение и Интернет-ресурсы:

- программное обеспечение для работы в области компьютерного дизайна (Adobe After Effect), для анализа данных и обработки результатов эмпирических исследований (SPSS и др.)
- оборудование учебной лаборатории (видеокамеры, монтажные столы, другая мультимедийная аппаратура);

компьютерные мультимедийные проекторы и другая техника для презентаций учебного материала.

Приложение 1

Примерные вопросы к междисциплинарному государственному экзамену

1. Реклама как социальный институт. Взаимосвязь института рекламы с другими социальными институтами в современном обществе
2. Функции рекламы.
3. Этические нормы рекламной деятельности.
4. Рекламная кампания: цели, этапы, оценка эффективности.
5. Интернет-реклама: специфика и виды.
6. Роль и функции рекламных агентств.
7. Создание рекламных объявлений, правила и методы разработки результативных рекламных текстов.
8. Бюджет рекламной кампании.
9. Специфика социальной рекламы.
10. Специфика политической рекламы.
11. Медиапланирование как сфера деятельности в рекламе.
12. Формирование медиаплана рекламной кампании.
13. Каналы передачи рекламной информации: характеристика и критерии выбора.
14. Механизм разрешения конфликтов в рекламной деятельности, федеральный закон «О рекламе»
15. Принципы организации служб по связям с общественностью.
16. Средства массовой информации: виды, особенности, функции. Особенности современных Media Relations.
17. Профессиональная этика, социальная ответственность PR-специалиста.
18. Основные этапы разработки и реализации PR-кампании. Критерии эффективности PR-кампании.
19. Паблисити и паблик рилейшнз.
20. Взаимоотношение PR и рекламы.
21. Взаимоотношение PR и маркетинга.
22. Пресс-конференция: технология ее проведения.
23. Пресс-релиз: цели написания и правила его оформления.
24. Медиатексты паблик рилейшнз.
25. Имидж, образ, репутация: разграничение понятий.