

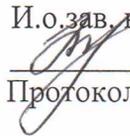
Государственное образовательное учреждение  
«Приднестровский государственный университет им. Т.Г. Шевченко»

Институт государственного управления и  
социально-гуманитарных наук

Кафедра рекламы и связей с общественностью

УТВЕРЖДАЮ:

И.о.зав. кафедрой-разработчиком

 Л.В. Колодка

Протокол № 3 «6» 11 2024 г.

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ  
ПО ГОСУДАРСТВЕННОЙ ИТОГОВОЙ АТТЕСТАЦИИ**

Направление

5.42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Квалификация

бакалавр

Форма обучения:

очная, заочная

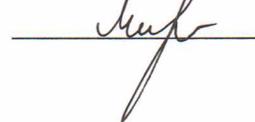
ГОД НАБОРА 2021

Разработчик:

доцент,

канд. полит. наук

Леонтьева О.В.



Тирасполь 2024 г.

### 1. Фонд оценочных средств для государственной итоговой аттестации

Настоящий Фонд оценочных средств (ФОС) для ГИА является приложением к программе государственной итоговой аттестации. ФОС для ГИА позволяет определить соответствие результатов освоения обучающимся основной профессиональной образовательной программы соответствующим требованиям государственного образовательного стандарта (ГОС ВО)

### 2. Перечень оценочных средств

Для определения качества освоения обучающимся основной профессиональной образовательной программы используются следующие оценочные средства:

Оценочное средство	Краткая характеристика	Представление оценочного средства в ФОС
Выпускная квалификационная работа	Выпускная квалификационная работа представляет собой работу, демонстрирующую уровень подготовленности выпускника к самостоятельной профессиональной деятельности	Показатели оценивания выпускной квалификационной работы

### 3. Перечень компетенций и оценочных средств

В ходе ГИА сформированность компетенций контролируется следующими оценочными средствами и показателями оценивания:

Код компетенции	Выпускная квалификационная работа							
	Показатели оценивания ВКР							
	Актуальность и обоснование выбора темы	Логика работы соответствие содержания и темы	Степень самостоятельности	Достоверность и обоснованность выводов	Качество оформления ВКР	Качество доклада, наглядных материалов	Список использованных источников	Возможность внедрения
УК-1	+	+						
УК-2	+	+						
УК-3						+		
УК-4								+
УК-5							+	
УК-6			+					
УК-7			+					
УК-8						+		
УК-9		+						
УК-10	+							
ОПК-1	+		+				+	
ОПК-2		+			+			
ОПК-3		+						
ОПК-4	+							
ОПК-5		+						
ОПК-6						+		

ОПК-7								+
ПК-1								+
ПК-2			+					
ПК-3								+
ПК-4								+
ПК-5								+

#### 4. Содержание оценочных средств

Государственная итоговая аттестация проводится в форме защиты выпускной квалификационной работы.

##### 4.1 Выпускная квалификационная работа магистра

При защите ВКР выпускники должны, опираясь на полученные знания, умения и навыки показать способность самостоятельно решать задачи профессиональной деятельности, излагать информацию, аргументировать и защищать свою точку зрения.

##### 4.1.1. Перечень примерных тем выпускной квалификационной работы бакалавра:

1. Совершенствование применения PR-инструментов в продвижении общественной организации.
2. Связи с общественностью в органах государственной власти: способы взаимодействия с целевой аудиторией (на примере Министерства экономического развития).
3. Современные методы в формировании связей с общественностью в органах муниципальной власти.
4. Службы по связям с общественностью в государственной и бизнес-сфере: сравнительный анализ.
5. Роль корпоративных коммуникаций в процессе формирования корпоративной идентичности
6. Роль лидера мнения в формировании внутренних коммуникаций в организации.
7. Информационное взаимодействие органов государственной власти с населением (на примере Министерства по социальной защите и труду ПМР)
8. Информационные поводы как PR-инструмент коммуникационной политики компаний
9. Состояние и перспективы кампаний волонтерского движения среди молодежи ПМР
10. Социальная ответственность бизнеса как стратегия брендинга приднестровских предпринимателей
11. Социальная инклюзия как тренд современной коммерческой рекламы
12. Состояние и перспективы развития патриотических нарративов молодежи ПМР
13. Ценность образования в современной мем культуре молодежи: состояние и перспективы развития
14. Презентация отношений мужчин и женщин в современной мем культуре
15. Анализ эволюции лозунгов в культуре проведения приднестровских референдумов (начало 80х – конец 90х гг.)
16. Особенности гендерной асимметрии в телевизионной рекламе
17. Исследование отношения человека к содержанию современной российской и приднестровской рекламы.
18. Юмор в рекламе как способ эффективного рекламного воздействия
19. Таргетированная реклама вуза «ВКонтакте» при агитации абитуриентов.
20. Роль рекламы в формировании корпоративного имиджа организации (на примере ИГУиСГН) или Формирование имиджа ИГУиСГН на основе PR-инструментов
21. Технология производства информационных материалов в PR- деятельности (на примере СЗАО Интерднестрком)

22. Событийный маркетинг как инструмент реализации PR-проектов (на примере года приднестровского народа)
23. Эмоции в рекламе: функции и средства выражения в рекламном сообщении
24. Визуальные образы известных людей в рекламе
25. Кросс-культурные аспекты в разработке стратегии интегрированных маркетинговых коммуникаций
26. Разработка комплексной стратегии интегрированных маркетинговых коммуникаций для стартапа в Приднестровской Молдавской Республике
27. Влияние сторителлинга на успешность интегрированных маркетинговых коммуникаций: стратегии и практические подходы.
28. Разработка коммуникационной стратегии в издательской сфере/ компании на рынке рекламных услуг.
29. Разработка программы директ-коммуникаций для приемной кампании высшего учебного заведения.
30. Разработка рекламной кампании государственного образовательного учреждения.
31. Разработка рекламной кампании для лечебно-профилактического учреждения в сети Интернет.
32. Совершенствование внутренних коммуникаций телекоммуникационной компании.
33. Совершенствование ивент - мероприятий ВУЗа.
34. Совершенствование коммуникаций компании в сфере спорта.
35. Совершенствование коммуникаций отраслевой организации.
36. Совершенствование коммуникационной деятельности музея в цифровой среде (исторический портал).
37. Совершенствование коммуникационной деятельности отдела рекламы и связей с общественностью в газете «Приднестровье»/ИА «Новости Приднестровья».
38. Совершенствование корпоративной репутации методами паблик рилейшнз (на примере....)
39. Совершенствование продвижения бренда через социальные сети.
40. Совершенствование продвижения компании в сфере ритейла с помощью лидеров мнений.
41. Совершенствование продвижения салона красоты в интернет-среде.
42. Совершенствование рекламной кампании на рынке фотоуслуг.
43. Совершенствование таргетированной рекламы в сфере розничной торговли.
44. Основные приемы и структура проведения PR-акций в образовательных учреждениях
45. Совершенствование PR-стратегии телекоммуникационной компании.
46. Особенности рекламной деятельности компании (на конкретном примере).
47. Использование в рекламе национальных и культурных стереотипов в рамках года приднестровского народа.
48. Технологии языковой игры в рекламной коммуникации.
49. Современные интегрированные коммуникации как инструмент управления поведением аудитории.
50. Реклама туризма в СМИ: виды и особенности.
51. Формирование имиджа туристической компании: особенности и специфика.
52. Особенности рекламной деятельности на рынке ... услуг и ее совершенствование (на примере предприятия, организации);
53. Особенности рекламы товаров и услуг для молодежной аудитории
54. Проект мероприятий и оценка эффективности по продвижению нового товара (услуги) предприятия (на примере предприятия, организации);
55. Пути совершенствования деятельности предприятия, работающего на рынке печатных рекламных изданий (на примере конкретного издания, предприятия);
56. Реклама как фактор формирования социальных установок
57. Роль рекламы в повышении эффективности коммуникативной политики предприятия
58. Социальная ответственность как основа формирования положительной репутации коммерческой организации

59. Социо-культурные особенности поведения потребителей услуг как ключевой фактор формирования имиджевой стратегии организации.

60. Брендирование Приднестровья.

#### 4.1.2. Критерии оценивания показателя выпускной квалификационной работы в целом

Основными качественными показателями оценивания ВКР являются:

- Актуальность и обоснование выбора темы ВКР;
- Логика работы, соответствие содержания ВКР и ее темы;
- Степень самостоятельности;
- Достоверность и обоснованность выводов;
- Качество оформления ВКР, четкость и грамотность изложения материала;
- Качество доклада, наглядных материалов (презентации), умение вести полемику по теоретическим и практическим вопросам, глубина и правильность ответов на вопросы членов ГЭК и замечания рецензентов;
- Список использованных источников, достаточность использования отечественной и зарубежной литературы;
- Возможность внедрения.

Результаты защиты ВКР определяются оценками «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «не удовлетворительно». Оценки «отлично», «хорошо», «удовлетворительно» означают успешную защиту ВКР.

Показатель оценивания ВКР	Критерий			
	Отлично	Хорошо	Удовлетворительно	Неудовлетворительно
Актуальность и обоснование выбора темы	Работа выполнена на актуальную тему и решает практическую задачу, соответствующую профилю направления подготовки	Работа выполнена на актуальную тему и решает практическую задачу	В работе не определены решаемые практические задачи	Тема работы не актуальна и не соответствует профилю направления подготовки
Логика работы, соответствие содержания ВКРМ и ее темы	Все разделы работы соответствуют теме, логически выстроена последовательность в решении проблемы, решены все поставленные задачи	Все разделы работы соответствуют теме, определены задачи решения исследуемой проблематики, решены основные поставленные задачи	Все разделы работы соответствуют теме, Поставленные задачи не позволяют решить исследуемому проблему	Последовательность разделов работы выстроена нелогично, содержание не соответствует теме работы
Степень самостоятельности	Все поставленные руководителем ВКРМ задачи решены самостоятельно в полном объеме	Поставленные руководителем ВКРМ задачи решены самостоятельно с частичным его участием	Поставленные руководителем ВКРМ задачи решены самостоятельно со значительным его участием	Не решены поставленные руководителем задачи
Достоверность и обоснованность выводов	Выводы достоверны и обоснованы, подтверждены необходимыми расчетами, решены все поставленные	Выводы достоверны и обоснованы, подтверждены необходимыми расчетами	Не все выводы подтверждены необходимыми расчетами	Выводы не обоснованы, не подтверждены необходимыми расчетами

	задачи			
Качество оформления ВКР, четкость и грамотность изложения материала	Оформление ВКРМ (текстовой и графической части) полностью соответствует требованиям нормативных документов	Оформление ВКРМ (текстовой и графической части) имеет незначительные отклонения от требований нормативных документов	Оформление ВКРМ (текстовой и графической части) имеет значительные отклонения от требований нормативных документов	Оформление ВКРМ (текстовой и графической части) не соответствует требованиям нормативных документов
Качество доклада, наглядных материалов (презентации)	Качество доклада высокое, в докладе представлены все результаты, доклад выполнен с использованием компьютерных технологий в виде презентации	Качество доклада хорошее, в докладе представлены все результаты, доклад выполнен с использованием компьютерных технологий в виде презентации	Качество доклада удовлетворительное, в докладе представлены не все результаты, доклад выполнен с использованием компьютерных технологий в виде презентации	Качество доклада неудовлетворительное, в докладе не представлены результаты, доклад выполнен с использованием компьютерных технологий в виде презентации низкого качества
Список использованных источников	Использованные источники актуальны и соответствует тематике работы, все источники использованы в работе	Использованные источники актуальны и соответствует тематике работы, не все источники использованы в работе	Не все использованные источники актуальны и соответствует тематике работы, не все источники использованы в работе	Использованные источники не актуальны и не все соответствует тематике работы, не все источники использованы в работе
Возможность внедрения	Результаты ВКРМ представляют практическую значимость и ценность и могут быть использованы в организации и в учебном процессе	Результаты ВКРМ могут быть использованы в организации и в учебном процессе	Результаты ВКРМ соответствуют требованиям и работам магистров и достаточны для защиты ВКРМ	Результаты ВКРМ не представляют значимость и ценность, не имеют возможность внедрения