

Департамент образования и науки города Москвы
Государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования города Москвы
«Московский городской педагогический университет»
Институт естествознания и спортивных технологий

УТВЕРЖДАЮ

Директор института естествознания
и спортивных технологий
_____ А.Э. Страдзе

« 15 » декабря 2022 год

**ПРОГРАММА И ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
ГОСУДАРСТВЕННОЙ ИТОГОВОЙ АТТЕСТАЦИИ**

Направление подготовки
42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль
Спортивная журналистика и медиакоммуникации в спорте

ОДОБРЕНО:

Ученым советом
института естествознания
и спортивных технологий
Протокол заседания
№ 04 от «28» ноября 2022 г.
Секретарь ученого совета института

_____ О.С. Козлова

Москва
2022

Целью Государственной итоговой аттестации (далее – ГИА) является определение соответствия результатов освоения обучающимися образовательной программы требованиям федерального образовательного стандарта высшего образования (далее – ФГОС ВО).

Задачей ГИА является оценка степени и уровня освоения обучающимся программы, характеризующая его подготовленность к самостоятельному выполнению определенных видов профессиональной деятельности.

Структура ГИА

ГИА включает:

- государственный экзамен
- защиту выпускной квалификационной работы (далее - ВКР).

Формы государственных аттестационных испытаний установлены в соответствии с требованиями ФГОС.

Объем ГИА, ее структура и содержание определены настоящей программой в соответствии с требованиями ФГОС.

Организация ГИА

К ГИА допускаются обучающиеся, не имеющие академической задолженности и в полном объеме выполнившие учебный план или индивидуальный учебный план по соответствующей образовательной программе.

ГИА не могут быть заменены оценкой качества освоения образовательной программы на основании результатов текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся.

Допуск обучающихся к ГИА осуществляется на основании приказа проректора по учебной работе Университета по представлению руководителей учебных структурных подразделений Университета.

Результаты каждого государственного аттестационного испытания определяются оценками «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно». Оценки «отлично», «хорошо», «удовлетворительно» означают успешное прохождение государственного аттестационного испытания.

По результатам проведения ГИА по каждой образовательной программе учебными отделами учебных структурных подразделений Университета (учебными отделами колледжей Университета) готовится проект приказа о завершении обучения.

После издания приказа о завершении обучения обучающимся, успешно прошедшим ГИА, выдаются документы об образовании и о квалификации образца, установленного Министерством образования и науки Российской Федерации.

Департамент образования и науки города Москвы
Государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования города Москвы
«Московский городской педагогический университет»
Институт естествознания и спортивных технологий

ПРОГРАММА
ГОСУДАРСТВЕННОГО ЭКЗАМЕНА

Направление подготовки
42.03.01 - Реклама и связи с общественностью

Профиль
Спортивная журналистика и медиакоммуникации в спорте

Москва
2022

1. Целью проведения государственного экзамена является оценка теоретических знаний и практических умений обучающегося в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», оценивание уровня освоенных компетенций выпускника, его готовности к выполнению профессиональных задач в коммуникационной, рекламно-информационной и проектной деятельности.

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

На государственном экзамене обучающиеся должны показать уровень сформированности следующих компетенций (с учетом требований профессионального стандарта (профессиональных стандартов))

Раздел ГИА	Оцениваемые компетенции
Государственный экзамен	УК-1,УК-2,УК-3,УК-4,УК-5,УК-6,УК-7,УК-8,ОПК-1,ОПК-2,ОПК-3,ОПК-4,ОПК-5,ОПК-6,ОПК-7,ПК-1.1,ПК-3.1,ПК-5.1,УК-9,УК-10
Выполнение и защита выпускной квалификационной работы	УК-1,УК-2,УК-3,УК-4,УК-5,УК-6,УК-7,УК-8,ОПК-1,ОПК-2,ОПК-3,ОПК-4,ОПК-5,ОПК-6,ОПК-7,ПК-1.1,ПК-3.1,ПК-5.1,УК-9,УК-10

3. Рекомендации обучающимся по подготовке к государственному экзамену

Государственный экзамен проводится по дисциплине (дисциплинам):

Экзамен проводится в следующей форме: устная.

Обучающийся выбирает экзаменационный билет, номер которого фиксируется секретарем ГЭК в протоколе заседания ГЭК.

При проведении государственного экзамена в устной форме допускается присутствие в аудитории не более 7 обучающихся.

На подготовку к ответу в устной форме, обучающемуся отводится, как правило, не более 30 минут.

В процессе ответа в устной форме и после его завершения председатель и члены ГЭК могут задавать обучающемуся уточняющие и дополнительные вопросы.

4. Перечень вопросов, выносимых на государственный экзамен

Экзаменационный билет включает:

теоретические вопросы - 2;

практические задания - 1;

Перечень примерных теоретических вопросов к государственному экзамену:

1. Аналитика в области PR. Мониторинг, его роль в системе мероприятий по связям с общественностью, в т.ч. в сфере ФКиС.

2. Интернет как новая коммуникативная среда, его использование в спортивном PR.

3. Информационно-техническое обеспечение PR-деятельности организации.

Технологии распространения информации внутри коллектива организации (на примере организаций в сфере ФКиС). Основные виды корпоративных PR-документов.

4. Инфраструктура средств массовой информации: СМИ, информационные агентства и службы, пресс-службы, пресс-центры и службы связей с общественностью.

5. Классификация мероприятий в сфере связей с общественностью: общие принципы, специфика проявления в области физической культуры и спорта.

6. Массовая коммуникация, ее структура, социальные функции. Спорт в контексте

массовой коммуникации.

7. Медиапланирование как составляющая рекламной кампании. Принципы выбора СМИ для размещения рекламы (на примере спортивной рекламной кампании).
8. Формы и условия реализации интегрированных коммуникаций. Методы интеграции коммуникаций в сфере ФКиС.
9. Особенности и этапы развития связей с общественностью в сфере спорта (российский опыт).
10. Особенности работы PR-отделов в государственных, коммерческих, общественных организациях в сфере ФКиС. Документация (законы, положения), необходимая в деятельности отделов рекламы и связей с общественностью. Способы оценки эффективности работы специалиста по связям с общественностью, отдела по связям с общественностью.
11. Особенности, основные задачи и функции службы связей с общественностью в сфере ФКиС. Соотношение и различие понятий: Связи с общественностью (СО) и реклама, СО и пропаганда, СО и маркетинг, СО и пресс-служба.
12. Понятие «адаптивная физическая культура». Основные направления использования PR-технологий для развития этой сферы.
13. Понятие «спорт». Структура современного спорта как вида деятельности. Особенности, основные задачи и функции службы связей с общественностью в сфере спорта.
14. Понятие «физическая культура». Основные задачи и принципы анализа поведения групп общественности в сфере физической культуры.
15. Понятие медиастратегии. Стратегическое, тактическое и оперативное медиапланирование. Современные прикладные программные продукты для медиапланирования.
16. Проблемы освещения истории и ценностей современного Олимпийского движения в отечественных СМИ.
17. Реклама в интернете. "Вирусная реклама" в Интернете: принципы создания и распространения. Реклама в социальных сетях.
18. Реклама в системе привлечения зрителей спортивно-зрелищных мероприятий: специфика, алгоритмы и проблемы создания и размещения.
19. Рекламная кампания: понятие, основные принципы и этапы планирования. Методика организации рекламных мероприятий и PR-акций с целью привлечения внимания СМИ, заказчиков, целевых аудиторий (на примере успешных/неуспешных рекламных кампаний в сфере спорта).
20. СМИ и информационное общество. Конвергенция, дигитализация и мультимедиаизация. Трансформация СМИ на современном этапе
21. Тенденции развития мировой современной рекламы. Роль рекламы в современной PR-практике. Особенности использования рекламы в сфере ФК и С.
22. Тенденции развития современных СМИ. Процессы концентрации и монополизации в сфере массовых коммуникаций.
23. Типологические особенности СМИ РФ. Процессы изменения типологических характеристик СМИ в эпоху Интернета. Спортивные СМИ России.
24. Особенности рынка зарубежных СМИ, в т.ч. спортивных. Типология зарубежных спортивных СМИ.
25. Эффективность рекламы: критерии оценки, методы достижения. Эффективность спортивной рекламы.
26. Маркетинговые коммуникации как часть PR-деятельности. Новейшие формы маркетинговых коммуникаций: блоги и социальные сети, перформанс, флэшмоб, продакт-плейсмент, кросс-промоушн и др. Маркетинговые коммуникации в сфере ФКиС.
27. Основы медиарилейшнз: цели и задачи, целевые группы, основные формы и принципы взаимодействия со СМИ.

28. Основные источники финансирования СМИ. Спонсоринг, фаундрайзинг и краудфандинг в сфере массовой информации и его характерные особенности. Правовые аспекты госрегулирования финансирования СМИ.
29. Системный подход в планировании информационных кампаний (концепция, стратегия, интеграция коммуникаций). Показатели эффективности информационных кампаний. Антикризисные информационные кампании (на примере информационных кампаний в сфере спорта).
30. Социальная реклама как способ продуцирования и распространения духовных, эстетических, нравственных и социальных ценностей. Современные тенденции развития социальной рекламы: новые формы и инструменты. Социальная реклама в сфере ФКиС.
31. Имидж и паблисити как результат PR-деятельности: соотношение понятий, инструменты формирования. Влияние СМИ на репутацию и имидж в спорте.
32. Инструменты событийного и «партизанского» маркетинга в PR-деятельности в сфере спорта – преимущества, механизмы воздействия, условия эффективности.
33. Информационное обеспечение связей с общественностью: основные ресурсы, принципы, технологии.
34. Концепции социального проектирования и классификации социальных проектов. Социальные проекты СО в сфере спорта.
35. Корпоративная культура: цели и задачи, основные направления деятельности, значение для эффективной деятельности во «внутренней» и «внешней» среде организации.
36. Неформальные способы регулирования профессиональной деятельности в области связей с общественностью: традиции, нормы, мораль, общественное мнение.
37. Основные «барьеры восприятия информации» целевыми аудиториями; методики их преодоления. Специфика барьеров восприятия информации в сфере спорта.
38. Основные виды информационных, служебных, имиджевых, онлайн-документов, используемых в обеспечении связей с общественностью.
39. Основные задачи, принципы, методы анализа поведения групп общественности в сфере физической культуры и спорта.
40. Принципы и основные направления в работе пресс-службы. Мониторинг СМИ как коммуникативный аудит. Специфика работы спортивной пресс-службы.
41. PR-кампании различного типа: основные характеристики, особенности планирования и организации. Типология PR-кампаний по масштабу, длительности, стратегическим целям, сфере применения. Разновидности PR-кампаний в сфере спорта.
42. Особенности планирования и организации социально-значимых PR-кампаний в сфере физической культуры и спорта. Критерии оценки эффективности промежуточных и итоговых результатов.
43. Понятие коммуникационного менеджмента: принципы, структура и социальные функции. Коммуникационный менеджмент в сфере ФКиС.
44. Понятия «сегментирование рынка» и «позиционирование товара»: взаимоотношение понятий. Основные концепции и подходы в сегментировании. Этапы позиционирования товара/услуги.
45. «Торговая марка» и «бренд»: соотношение понятий и правовое регулирование. Специфика спортивного брендинга.
46. Типология групп общественности: «целевая аудитория», «ключевая аудитория», «конечный потребитель», «лидеры общественного мнения». Применение этих понятий к PR-практике, связанной с развитием массового спорта (выделить изначально основные характеристики массового спорта).
47. Правовые основания деятельности по связям с общественностью. Особенности правового регулирования в области спортивного PR.
48. Продвижение спортивной организации или проекта в Интернете: целеполагание, технологии и инструменты, оценка эффективности.

49. Разведочные, описательные, казуальные маркетинговые исследования в сфере рекламы и связей с общественностью. Метод экспертных оценок, его использование в сфере спортивных услуг.
50. Репутация как результат PR-деятельности. Управление репутацией организации. Стратегия конструирования имиджа и политика информационной открытости организации/персоны.
51. Значение маркетинговых исследований в PR-деятельности – цели и задачи, возможности применения. Основные направления маркетинговых исследований в сфере физической культуры и спорта.
52. Содержательные и организационные аспекты взаимодействия пресс-службы со СМИ. Критерии эффективности взаимодействия спортивной пресс-службы со СМИ.
53. Типология PR-кампаний (по целям, проблематике, социальной значимости, инструментарию). Особенности PR-кампаний в государственном, коммерческом, общественном секторе. Специфика PR-кампаний в сфере ФКиС
54. Типология базовых документов пресс-службы. Планирование и общие требования к составлению.
55. Этика и профессиональные стандарты в связях с общественностью. Виды нормативных документов, регулирующих профессиональное поведение PR-специалиста.
56. Понятие системы физического воспитания. Проблемы PR-сопровождения системы физического воспитания в РФ. Возможности и задачи организации социально значимых PR-кампаний в этой сфере (привести конкретные примеры).
57. Цели, задачи, функции и основные этапы информационного сопровождения мероприятия. Специфика информационной поддержки спортивных мероприятий.
58. Имиджевая реклама: задачи, принципы ее построения, критерии эффективности. Имиджевая иерархия. Технологии Product placement в имиджевой рекламе.
59. Социальные сети как социокультурное явление информационного общества. PR-продвижение в социальных сетях (на примере ФКиС): проблемы и возможности, методики расчета эффективности.
60. Структура кризиса с точки зрения PR, типология кризисных ситуаций. Антикризисный PR: инструменты и технологии, профилактика кризисов. Кризисные ситуации в сфере спорта и пути их преодоления (на конкретных примерах).

Перечень примерных практических заданий к государственному экзамену:

1. Проективная ситуация. Условие: Вы решили создать интернет-СМИ о здоровом образе жизни, но у вас недостаточно средств на поддержание проекта. Задача: Разработайте концепцию и стратегический план поиска спонсоров, фандрайзинга и/или краудфандинга на ваш проект, определите целевую аудиторию потенциального финансирования.
2. Проективная ситуация. Условие: В СМИ разразился скандал в связи с использованием допинга одним из спортсменов вашего клуба. Задача: предложите руководству клуба свои рекомендации по выходу из критической ситуации, а также по сохранению репутации клуба
3. Проективная ситуация. Условие: Руководство спортивного клуба поставило перед пресс-службой задачу создания командного духа у спортсменов. Задача: предложите технологии формирования корпоративной культуры спортивного клуба.
4. Проективная ситуация. Условие: Во многих учебных заведениях России эффективность преподавания физической культуры нередко снижается в связи с равнодушным отношением администрации, с отсутствием заинтересованности у учащихся. Статус преподавателя этой дисциплины также пока не отличается высоким рейтингом. Задача: Какие PR-мероприятия Вы можете предложить для изменения имиджа преподавателя физической культуры, для поднятия престижа данной профессии в школах, в ВУЗах?

5. Проективная ситуация. Условие: открывается спортивный клуб в неблагополучном районе города. Задача: Ваши PR-рекомендации по привлечению клиентов и по работе с местными органами управления, общественными организациями и с местными средствами массовой информации.
6. Проективная ситуация. Условие: Сеть магазинов по продаже спортивных товаров, в рекламном отделе которой Вы работаете, стала учредителем и спонсором детского спортивного клуба. Вам поручены поддержка и продвижение клуба. Задача. Какие PR-мероприятия Вы можете предложить для продвижения клуба, с учетом интересов спонсора.
7. Проективная ситуация. Условие: В СМИ Вашего города периодически появляются утверждения, что рост асоциального поведения подростков в городе связан с созданием большого числа клубов спортивных единоборств. Задача: Какие PR-технологии могут способствовать прояснению ситуации и разрешению конфликта между СМИ и клубами? Предложите PR-рекомендации для улучшения репутации клубов спортивных единоборств в глазах общественности.
8. Проективная ситуация. Условие: формируется пресс-служба спортивного футбольного клуба. Задача: Ваши рекомендации по определению основных направлений деятельности, целевых аудиторий и разработке долгосрочной программы деятельности.
9. Проективная ситуация. Условие: Руководство компании, в которой Вы работаете, приняло решение поддержать избирательную кампанию одного из кандидатов на должность мэра города Н. Задача: подготовить для программы кандидата предложения, связанные с развитием физической культуры и спорта в городе (город с высоким уровнем женского и пожилого населения)
10. Проективная ситуация. Условие: во время проведения пресс-конференции, Вы получили информацию о присутствии в зале негативно настроенных к Вашей организации представителей СМИ. Задача: Ваши PR-рекомендации, способствующие эффективному (для Вас) проведению пресс-конференции.
11. Проективная ситуация. Условие: Объявлен конкурс грантов, в рамках которого будут финансироваться проекты, связанные с поддержкой здорового образа жизни. Задача. Предложите идею PR-проекта для этого конкурса, с ориентацией на отдельную социальную группу.
12. Проективная ситуация. Условие: Радикальные группы фанатов на протяжении длительного времени наносят ущерб репутации Вашей спортивной команды Задача: Ваши PR-рекомендации, включая технологии разрешения данной кризисной ситуации.
13. Проективная ситуация. Условие: Ваш спортивный клуб создал свой сайт Задача: предложите технологии привлечения посетителей и увеличения их числа.
14. Проективная ситуация. Условие: В олимпийском спорте разгорелся скандал по поводу употребления спортсменами мельдония, недавно включенного в список ВАДА. Ряд специалистов утверждают, что мельдоний безвреден, и его аналоги используются спортсменами других стран. Задача: предложите PR-программу возможной «реабилитации» мельдония и спортсменов, получивших наказание.
15. Проективная ситуация. Условие: Выдающийся спортсмен(-ка) (спортивная «звезда») готовится к уходу из «большого спорта». Задача: Ваши PR-рекомендации, способствующие его (ее) социальной адаптации после окончания спортивной карьеры
16. Проективная ситуация. Условие: Спортсмен Вашего клуба дает несанкционированное интервью с негативной информацией о руководстве клуба. Задача: Ваши рекомендации пресс-службе по выходу из кризисной ситуации. Ваши рекомендации профилактического характера по предотвращению подобных инцидентов.
17. Проективная ситуация. Условие: Болельщики вашего клуба допустили во время матча публичные громкие высказывания расистского характера в отношении легионеров клуба. Задача: предложите руководству свои рекомендации по выходу из критической ситуации в СМИ, во взаимоотношениях с болельщиками и спортсменами.

18. Проективная ситуация. Условие: В общеобразовательной школе проводится спортивный праздник. Задача: при отсутствии собственных административно-финансовых ресурсов, предложите технологии обеспечения финансирования и привлечения внимания СМИ к данному мероприятию.
19. Проективная ситуация. Условие: Префектура района проводит детский турнир по футболу. Задача: как работник пресс-службы создайте информационные поводы для освещения мероприятия в СМИ, в частности на телевидении.
20. Проективная ситуация. Условие: Спортивная команда выезжает на крупный международный турнир в одну из стран Азиатско-Тихоокеанского региона (Япония, Корея, Китай). Задача: разработать стратегический и тактический PR-план по обеспечению позитивного социально-психологического климата в период подготовки и проведения турнира с учетом особенностей страны проведения.
21. Проективная ситуация. Условие: Спортивная «звезда», после завершения своей спортивной карьеры, решила заняться активной политической деятельностью. Задача: разработать план и программу действий для формирования имиджа данного спортсмена, который бы способствовал решению данной проблемы.
22. Проективная ситуация. Условие: снижаются показатели здоровья сотрудников Вашей компании, среди которых лишь небольшой процент занимающихся физической культурой и спортом. Задача: Разработайте программу формирования здорового образа жизни сотрудников как части корпоративной культуры.
23. Проективная ситуация. Условие: Создана новая федерация по виду спорта, который еще не получил достаточного распространения и признания в нашей стране. Задача: предложить систему промоушн-мероприятий, которые бы обеспечили хорошие стартовые условия для активного развития данного вида спорта, для появления необходимых спонсоров.
24. Проективная ситуация. Условие: Спортивная команда в разгар сезона теряет спонсора и встает вопрос о ее дальнейшем участии в национальном чемпионате. Задача: предложите ваши PR-рекомендации по привлечению к проблемам клуба внимания общественности через СМИ и социальные сети.
25. Проективная ситуация. Условие: Спортивный комментатор, полагая, что он уже не находится в эфире, нелестно отозвался об одном из игроков и его личной жизни. Но комментарии были услышаны, т.к. микрофон не был отключен. Задача. Предложите способы выхода из ситуации, учитывая, что потерпевший спортсмен подал иск в суд иск о защите своей чести и достоинства, а также деловой репутации.
26. Проективная ситуация. Условие: Общество по профилактике ВИЧ наняло вас для разработки PR-кампании, направленной на формирование социальной ответственности граждан и толерантного отношения в обществе к ВИЧ-инфицированным людям. Задача. Разработайте PR-кампанию. Определите концепцию, целевую аудиторию, направления деятельности и виды мероприятий.
27. Проективная ситуация. Условие: проводится выставка спортивных товаров. Задача: Ваши рекомендации пресс-центру выставки по привлечению возможных спонсоров, участников, рекламодателей и внимания СМИ.
28. Проективная ситуация. Ваша организация планирует начать выпускать ежемесячное корпоративное издание. Задача: предложите концепцию издания, а также обоснуйте, какие рубрики Вы бы в него обязательно включили и каким образом можно обеспечить популярность подобного издания среди сотрудников.
29. Проективная ситуация. Условие: во время участия в выставке Вам предоставили невыгодное место (удаленность от основных потоков целевой аудитории) для позиционирования собственной организации (товара/марки и т.п.). Задача: Ваши PR-рекомендации, способствующие разрешению данной проблемы.
30. Проективная ситуация. Условие: возникла конфликтная ситуация между руководством спортивного клуба и активной группой его болельщиков, требующих

смещения тренера, смены руководства и т.п. Задача: Опишите план и программу действий отдела по связям с общественностью данного спортивного клуба

5. Критерии оценки результатов сдачи государственного экзамена

Результаты государственного экзамена определяются оценками «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

Оценка «отлично» ставится, если обучающийся полностью раскрыл вопросы экзаменационного билета, аргументировал эти ответы и подкреплял примерами, убедительно отвечал на дополнительные вопросы по существу экзаменационного билета, благодаря наличию у него навыков отстаивания собственных научных идей, предложений и рекомендаций; при ответе обучающийся в целом демонстрирует высокий уровень культуры общения с членами ЭК; при решении практических заданий обучающийся показывает готовность к практической деятельности в условиях изменяющихся социальных, экономических условий.

Оценка «хорошо» ставится обучающемуся при наличии у него названных выше сформированных знаний, умений и навыков, но с отдельными погрешностями (неполно разрыл все ответы экзаменационного ответа и не все их подкреплял примерами; обучающийся не всегда демонстрировал готовность к практической деятельности в условиях изменяющихся социальных, экономических условий).

Оценка «удовлетворительно» ставится, если при ответе на экзаменационный билет, обучающийся не полностью раскрыл все вопросы экзаменационного билета, не смог ответить на дополнительные вопросы по существу, и при ответе обучающийся не продемонстрировал достаточный уровень культуры общения с членами ЭК; обучающийся не готов к практической деятельности в условиях изменяющихся социальных, экономических условий.

Оценка «неудовлетворительно» ставится, если при ответе на экзаменационный билет, обучающийся не смог раскрыть все вопросы экзаменационного билета и ответить на дополнительные вопросы; при решении практических заданий обучающийся продемонстрировал отсутствие готовности к практической деятельности в условиях изменяющихся социальных, экономических условий.

Перечень рекомендуемой литературы:

1) Афанасьев, Владимир Васильевич. Методология и методы научного исследования [Электронный ресурс] : учеб. пособие для вузов / В. В. Афанасьев, О. В. Грибкова, Л. И. Уколова. – Москва : Юрайт, 2022. – (Высшее образование). – Добавлено: 24.05.2022. – Проверено: 30.09.2022. – Режим доступа: ЭБС Юрайт по паролю. – ISBN 978-5-534-02890-4. - URL: <https://urait.ru/book/metodologiya-i-metody-nauchnogo-issledovaniya-492350>.

2) Рекомендации по написанию и оформлению курсовой работы, выпускной квалификационной работы и магистерской диссертации [Электронный ресурс] : учеб.-метод. пособие / Е. В. Зудина [и др.]. – Волгоград : Волгogr. гос. соц. – пед. ун-т, 2016. – Добавлено: 10.10.2018. – Проверено: 30.09.2022. – Режим доступа: ЭБС IPRBooks по паролю. - URL: <http://www.iprbookshop.ru/57785.html>.

3) Неумоева-Колчеданцева, Елена Витальевна. Основы научной деятельности студента. Курсовая работа [Электронный ресурс] : учеб. пособие для вузов / Е. В. Неумоева-Колчеданцева. – Москва : Юрайт, 2022. – (Высшее образование). – Добавлено: 01.07.2022. – Проверено: 30.09.2022. – Режим доступа: ЭБС Юрайт по паролю. – ISBN 978-5-534-09443-5. - URL: <https://urait.ru/book/osnovy-nauchnoy-deyatelnosti-studenta-kursovaya-rabota-494059>.

4) Куклина, Елена Николаевна. Организация самостоятельной работы студента [Электронный ресурс] : учеб. пособие для вузов / Е. Н. Куклина, М. А. Мазниченко, И. А. Мушкина. – Москва : Юрайт, 2020. – (Высшее образование). – Добавлено: 15.04.2020. – Проверено: 30.09.2022. – Режим доступа: ЭБС Юрайт по паролю. - URL: <https://urait.ru/book/organizaciya-samostoyatelnoy-raboty-studenta-452858>.

5) Боуш, Галина Дмитриевна. Методология научных исследований (в курсовых и выпускных квалификационных работах) [Электронный ресурс] : учебник / Г. Д. Боуш, В. И. Разумов. – Москва : ИНФРА-М, 2022. – (Высшее образование – Бакалавриат). – Добавлено: 03.08.2021. – Проверено: 30.09.2022. – Режим доступа: ЭБС Znanium по паролю. - URL: <https://znanium.com/catalog/document?id=379819>.

6) Шорохова, Светлана Петровна. Логика и методология научного исследования [Электронный ресурс] : учеб. пособие / С. П. Шорохова. – Москва : ИМЦ, 2022. – Добавлено: 23.06.2022. – Проверено: 30.09.2022. – Режим доступа: ЭБС IPRBooks по паролю. – ISBN 978-5-907445-77-2. - URL: <https://www.iprbookshop.ru/119090.html>.

7) Бушенева, Юлия Ивановна. Как правильно написать реферат, курсовую и дипломную работы [Электронный ресурс] / Ю. И. Бушенева. – Москва : Дашков и К, 2016. – Добавлено: 31.05.2022. – Проверено: 30.09.2022. – Режим доступа: ЭБС Университетская библиотека ONLINE по паролю. – ISBN 978-5-394-02185-5. - URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=453258>.

8) Кузнецов, Игорь Николаевич. Рефераты, курсовые и дипломные работы. Методика подготовки и оформления [Электронный ресурс] : учеб.-метод. пособие / И. Н. Кузнецов. – Москва : Дашков и К, 2020. – Добавлено: 03.10.2022. – Проверено: 30.09.2022. – Режим доступа: ЭБС Znanium по паролю. – ISBN 978-5-394-03673-6. - URL: <https://znanium.com/catalog/document?id=358472>.

9) Горелов, Николай Афанасьевич. Методология научных исследований [Электронный ресурс] : учеб. и практикум для вузов / Н. А. Горелов, Д. В. Круглов, О. Н. Кораблева. – Москва : Юрайт, 2022. – (Высшее образование). – Добавлено: 26.01.2022. – Проверено: 30.09.2022. – Режим доступа: ЭБС Юрайт по паролю. – ISBN 978-5-534-03635-0. - URL: <https://urait.ru/book/metodologiya-nauchnyh-issledovaniy-489442>.

10) Кузнецов, Игорь Николаевич. Основы научных исследований [Электронный ресурс] : учеб. пособие / И. Н. Кузнецов. – Москва : Дашков и К, 2021. – (Учебные издания для бакалавров). – Добавлено: 23.09.2022. – Проверено: 30.09.2022. – Режим доступа: ЭБС Университетская библиотека ONLINE по паролю. – ISBN 978-5-394-04364-2. - URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=684295.

11) Основы научных исследований [Электронный ресурс] : учеб. пособие / Б. И. Герасимов; В. В. Дробышева; Н. В. Злобина. – Москва : ФОРУМ : ИНФРА-М, 2020. – Добавлено: 04.10.2022. – Проверено: 30.09.2022. – Режим доступа: ЭБС Znanium по паролю. – ISBN 978-5-00091-444-1. - URL: <https://znanium.com/catalog/document?id=358887>.

12) Дрещинский, Владимир Александрович. Методология научных исследований [Электронный ресурс] : учебник для вузов / В. А. Дрещинский. – Москва : Юрайт, 2022. – (Высшее образование). – Добавлено: 23.06.2022. – Проверено: 30.09.2022. – Режим доступа: ЭБС Юрайт по паролю. – ISBN 978-5-534-07187-0. - URL: <https://urait.ru/book/metodologiya-nauchnyh-issledovaniy-492409>.

13) Космин, Владимир Витальевич. Основы научных исследований (Общий курс) [Электронный ресурс] : учеб. пособие / В. В. Космин. – Москва : РИОР : ИНФРА-М, 2020. – (Высшее образование). – Добавлено: 09.08.2021. – Проверено: 30.09.2022. – Режим доступа: ЭБС Znanium по паролю. - URL: <https://znanium.com/catalog/document?id=374329>.

Департамент образования и науки города Москвы
Государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования города Москвы
«Московский городской педагогический университет»
Институт естествознания и спортивных технологий

**ТРЕБОВАНИЯ К ВЫПУСКНЫМ КВАЛИФИКАЦИОННЫМ РАБОТАМ
И ПОРЯДКУ ИХ ВЫПОЛНЕНИЯ**

Направление подготовки
42.03.01 - Реклама и связи с общественностью

Профиль
Спортивная журналистика и медиакоммуникации в спорте

Москва
2022

1. Целью выполнения и защиты выпускной квалификационной работы (далее – ВКР) является подтверждение соответствия результатов освоения обучающимися образовательной программы, а также демонстрация навыков профессиональной деятельности, имеющих определяющее значение для самостоятельной профессиональной деятельности выпускника.

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

При прохождении итоговой аттестации обучающиеся должны показать уровень сформированности следующих компетенций (с учетом требований профессионального стандарта (профессиональных стандартов))

Раздел ГИА	Оцениваемые компетенции
Государственный экзамен	УК-1,УК-2,УК-3,УК-4,УК-5,УК-6,УК-7,УК-8,ОПК-1,ОПК-2,ОПК-3,ОПК-4,ОПК-5,ОПК-6,ОПК-7,ПК-1.1,ПК-3.1,ПК-5.1,УК-9,УК-10
Выполнение и защита выпускной квалификационной работы	УК-1,УК-2,УК-3,УК-4,УК-5,УК-6,УК-7,УК-8,ОПК-1,ОПК-2,ОПК-3,ОПК-4,ОПК-5,ОПК-6,ОПК-7,ПК-1.1,ПК-3.1,ПК-5.1,УК-9,УК-10

3. Требования к ВКР и порядку их выполнения

Выпускная квалификационная работа представлена в форме: Исследование и/или проект

Объем заимствования, в том числе содержательного, в ВКР должен составлять не более 40%.

Текст ВКР должен соответствовать следующей структуре:

- титульный лист;
- оглавление;
- введение;
- основная часть (2-4 главы);
- заключение;
- список литературы;
- приложения (при наличии).

Титульный лист является первой страницей ВКР, служит источником информации, необходимой для обработки и поиска документа.

Оглавление – перечень основных частей ВКР с указанием страниц, на которые их помещают. Заголовки в оглавлении должны точно повторять заголовки в тексте. Не допускается сокращать или давать заголовки в другой формулировке. Последнее слово заголовка соединяют отточием с соответствующим ему номером страницы в правом столбце оглавления.

Во введении указывают цель и задачи работы, обосновывают актуальность темы.

Основная часть ВКР должна быть разделена на главы и параграфы, которые нумеруют арабскими цифрами.

Каждую главу (параграф) ВКР начинают с новой страницы. Заголовки глав (параграфов) и разделов располагают посередине страницы без точки на конце. Переносить слова в заголовке не допускается. Заголовки отделяют от текста сверху и снизу тремя интервалами.

В заключении должны быть результаты выполненного исследования, рекомендации, перспективы дальнейшей разработки темы.

ВКР должна иметь твердый переплет.

Работа должна быть выполнена печатным способом. Печать односторонняя на листах белой бумаги формата А4 (210х297 мм) одного сорта. Интервал полуторный, шрифт Times New Roman - 14 для основного текста, 12 - для постраничных сносков.

Страницы ВКР должны иметь следующие поля: левое - 25 мм, правое - 10 мм, верхнее - 20 мм, нижнее - 20 мм. Абзацный отступ должен быть одинаковым по всему тексту и равен пяти знакам.

Все страницы ВКР, включая иллюстрации и приложения, должны быть пронумерованы по порядку без пропусков и повторений. Первой страницей считается титульный лист, на котором нумерация страниц не ставится, на следующей странице ставится цифра «2» и т.д. Порядковый номер страницы печатают в правом верхнем углу страницы.

Библиографические ссылки в тексте ВКР должны быть оформлены в соответствии с требованиями ГОСТ Р 7.0.5-2008. Система стандартов по информации, библиотечному и издательскому делу. Библиографическая ссылка. Общие требования и правила составления. (утв. Приказом Ростехрегулирования от 28.04.2008 № 95 - ст). Ссылки должны быть постраничными, нумерация ссылок с начала страницы.

Иллюстративный материал может быть представлен рисунками, фотографиями, картами, нотами, графиками, чертежами, схемами, диаграммами и другим подобным материалом.

Иллюстрации, используемые в ВКР, должны быть размещены под текстом, в котором впервые дана ссылка на них, или на следующей странице, а при необходимости - в приложении к ВКР.

Допускается использование приложений нестандартного размера, которые в сложенном виде соответствуют формату А4.

Иллюстрации необходимо нумеровать арабскими цифрами сквозной нумерацией или в пределах главы.

На все иллюстрации должны быть приведены ссылки в тексте ВКР. При ссылке следует писать слово «Рисунок» с указанием его номера.

Иллюстративный материал должен быть оформлен в соответствии с требованиями ГОСТ 2.105-95. Единая система конструкторской документации. Общие требования к текстовым документам (введен в действие Постановлением Госстандарта РФ от 08.08.1995 № 426) (далее - ГОСТ 2.105).

Таблицы, используемые в ВКР, необходимо размещать под текстом, в котором впервые дана ссылка на них, или на следующей странице, а при необходимости - в приложении к ВКР. Таблицы должны быть оформлены в соответствии с требованиями ГОСТ 2.105.

Таблицы нумеруются арабскими цифрами сквозной нумерацией или в пределах главы. На все таблицы должны быть приведены ссылки в тексте ВКР. При ссылке следует писать слово «Таблица» с указанием ее номера.

При оформлении формул в качестве символов необходимо применять обозначения, установленные соответствующими национальными стандартами.

Пояснения символов должны быть приведены в тексте или непосредственно под формулой.

Формулы в тексте ВКР должны быть пронумерованы арабскими цифрами сквозной нумерацией или в пределах главы (раздела). Номер указывается в круглых скобках на уровне формулы справа. Формулы должны быть оформлены в соответствии с требованиями ГОСТ 2.105.

Сокращение слов и словосочетаний на русском и иностранных европейских языках должны соответствовать требованиям ГОСТ 7.11-2004 (ИСО 832:1994). Система стандартов по информации, библиотечному и издательскому делу. Библиографическая запись. Сокращение слов и словосочетаний на иностранных европейских языках. (введен в действие Приказом Ростехрегулирования от 22.03.2005 № 60-ст) и ГОСТ 7.12-93. Система

стандартов по информации, библиотечному и издательскому делу. Библиографическая запись. Сокращение слов на русском языке. Общие требования и правила. (принят МССМС 15.03.1994, Отчет №1).

Применяемые в ВКР сокращения, не предусмотренные вышеуказанными стандартами, или условные обозначения должны быть приведены в перечне сокращений и условных обозначений, а также при первом упоминании в тексте. Перечень сокращений и условных обозначений должен быть размещен после основной части и оформлен в соответствии с требованиями ГОСТ Р 1.5-2012. Наличие перечня указывают в оглавлении ВКР.

При использовании специальной терминологии в ВКР должен быть приведен список принятых терминов с соответствующими разъяснениями. Список терминов должен быть помещен в конце текста после перечня сокращений и условных обозначений. Термин записывают со строчной буквы, а определение - с прописной буквы. Термин отделяют от определения двоеточием. Наличие списка терминов указывают в оглавлении ВКР. Список терминов оформляют в соответствии с требованиями ГОСТ Р 1.5-2012. Национальный стандарт Российской Федерации. Стандартизация в Российской Федерации. Стандарты национальные. Правила построения, изложения, оформления и обозначения (утвержден и введен в действие Приказом Росстандарта от 23.11.2012 № 1147-ст).

Список литературы должен включать библиографические записи на документы, использованные обучающимся при работе над темой. Список должен быть размещен в конце основного текста, после словаря терминов (при наличии).

Допускаются следующие способы группировки библиографических записей: алфавитный, систематический (в порядке первого упоминания в тексте), хронологический.

При наличии в списке литературы на других языках, кроме русского, образуется дополнительный алфавитный ряд, который располагают после изданий на русском языке. Библиографические записи в списке литературы должны быть оформлены в соответствии с требованиями ГОСТ 7.1-2003. Межгосударственный стандарт. Система стандартов по информации, библиотечному и издательскому делу. Библиографическая запись. Библиографическое описание. Общие требования и правила составления (введен в действие Постановлением Госстандарта РФ от 25.11.2003 № 332-ст).

Материал, дополняющий основной текст ВКР, допускается помещать в приложениях. В качестве приложения могут быть представлены: графический материал, таблицы, формулы, карты, ноты, рисунки, фотографии и другой иллюстративный материал.

Приложения располагают в тексте ВКР или оформляют как продолжение работы на ее последующих страницах или в виде отдельного тома. Приложения в тексте или в конце его должны иметь общую с остальной частью работы сквозную нумерацию страниц. Отдельный том приложений должен иметь самостоятельную нумерацию. В тексте ВКР на все приложения должны быть даны ссылки. Приложения располагают в порядке ссылок на них в тексте ВКР. Приложения должны быть перечислены в оглавлении ВКР с указанием их номеров, заголовков и страниц и оформлены в соответствии с требованиями ГОСТ 2.105.

4. Перечень примерных тем ВКР

1. Популяризация олимпийских идеалов в спортивных средствах массовой информации
2. Позиционирование ценностей спорта в современных медиа
3. Формирование в СМИ ценностей здорового образа жизни
4. Продвижение бренда фирмы посредством проведения спортивных мероприятий.
5. Имиджевые технологии как составляющая успешного продвижения спортивной организации (на примере ...)
6. Продвижение вида спорта посредством PR-технологий (на примере ...)
7. Спортивные мероприятия как эффективный инструмент корпоративного PR

- (на примере ...)
8. Специальные мероприятия как инструмент корпоративной культуры (на примере ...)
 9. Специфика работы PR-отдела в профессиональных спортивных клубах (на примере ...)
 10. Специфика информационной поддержки международных соревнований
 11. Пресс-тур как метод формирования благоприятной информационной среды проекта (на примере ...)
 12. Деятельность пресс-службы/PR-отдела в формировании информационного пространства спортивной организации
 13. Формирование ценностей спорта в телевизионной рекламе
 14. Физическая культура и спорт в жизни современной женщины (по материалам публикаций ...)
 15. Социальные сети как средство формирования имиджа спортивного клуба (на примере ...)
 16. Развлекательные аспекты спортивных телепередач
 17. Формирование образа футбольного фаната в СМИ
 18. Особенности работы пресс-службы/PR-отдела со зрителями (на примере ...)
 19. Спорт как составляющая имиджа российского политика
 20. Особенности работы спортивной пресс-службы в условиях информационного кризиса (на примере ...)
 21. Продвижение коммерческой спортивной организации в российском медиапространстве (на примере ...)
 22. Продвижение фитнес-культуры посредством специальных мероприятий (на примере ...)
 23. PR-технологии привлечения клиентов в физкультурно-спортивные коммерческие организации в СМИ (на примере ...)
 24. Деятельность пресс-службы по привлечению внебюджетного финансирования (на примере ...)
 25. Социокультурные аспекты футбольного фанатизма в России
 26. Взаимодействие PR-структур с организациями футбольных фанатов как средство социализации девиантной молодежи
 27. Влияние медиа на формирование образа футбольного фаната в массовом сознании.
 28. Взаимодействие PR-структуры профессионального спортивного клуба с фандвижениями (на примере ...)
 29. Роль СМИ в формировании агрессии и насилия в футболе и околофутбольной среде
 30. Формирование программ взаимодействия с футбольными фанатами с учетом особенностей их субкультуры
 31. Формирование положительного имиджа спорта средствами художественного кинематографа
 32. Театрализация как PR-технология в сфере спорта
 33. Фотография как инструмент PR-деятельности в спортивной организации
 34. Танец как средство продвижения
 35. Использование ценностей спорта как элемента формируемого в отечественных медиа имиджа политического лидера
 36. Зрелищная составляющая спортивных мероприятий как способ привлечения внимания к спорту
 37. Формирование позитивного отношения к спорту в выпусках спортивных новостей на телевидении
 38. Молодежный телепроект как средство формирования установок на

здоровый/нездоровый образ жизни

39. Формирование имиджа футбола на телевидении (стратегический и технологический аспекты)

40. Тенденции развития спортивных новых медиа

41. Спортивный рунет как динамичная система

42. Интернет-сайт как составляющая PR-поддержки спортивного бренда

Механизмы продвижения спортивного коммерческого сайта (на примере ...)

43. Специфика подачи информации на спортивном интернет-портале (на примере ...)

44. Технологии противодействия неэтичным PR-практикам в сфере спорта

45. Популяризация детско-юношеского спорта в малых городах (на примере ...)

46. Стереотипизация и символизация в спортивной рекламе на ТВ

47. Креолизация текста как основа создания спортивной рекламы

5. Критерии оценки результатов защиты ВКР

Результаты защиты ВКР определяются оценками «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

Оценка «отлично» ставится, если тема выбрана с перспективой дальнейшего исследования. Актуальность темы всесторонне аргументирована, четко определены цели, задачи, проявлен интерес к соответствующей литературе. Объем и выполнение работы соответствует требованиям. Список литературы полный, с правильным библиографическим описанием, сноски на источники сделаны точно. Структура работы соответствует поставленным целям автора, содержание темы раскрыто глубоко и полно, на высоком научном уровне, логически правильно соблюдено требование соразмерности в освещении вопросов плана. Обучающийся правильно использует методы исследования, умеет анализировать и обобщать достижения науки по избранной теме. Изложение носит ярко выраженный реконструктивный характер, выводы и предложения соответствуют целям и задачам исследования. Работа иллюстрирована схемами, таблицами, графиками. Во время защиты обучающийся проявил умение выбирать наиболее значимые теоретические и практические результаты работы, находчивость в ответах.

Оценка «хорошо» ставится при осуществлении названных выше требований, если в работе имеются отдельные погрешности (неполнота анализа эмпирического материала, неточности в обзоре источников, недостаточная иллюстрированность схемами и графиками, хотя характер работы предусматривал их изготовление и применение при защите).

Оценка «удовлетворительно» ставится, если актуальность выпускной квалификационной (магистерской диссертации) работы слабо аргументирована. В оформлении допущены существенные недостатки. Имеют место нарушения правил библиографического описания использованной литературы и ссылок на источники. Структура работы недостаточно соответствует целям и задачам. Обучающийся слабо владеет методами исследования, поверхностно анализирует и обобщает опыт. Выводы и предложения не трансформируются в технологию их реализации. Иллюстрации к работе недостаточно убедительны или отсутствуют. Во время защиты обучающийся не готов раскрыть главные достоинства своей работы. Ответы на вопросы недостаточно убедительны.

Оценка «неудовлетворительно» ставится, если актуальность темы слабо аргументирована, нет ясных целей и задач, слабо отработан научный аппарат исследования. В оформлении работы имеют место грубые недостатки (отсутствует один из основных разделов: обзор литературы; экспериментальная часть; выводы и рекомендации). Неудовлетворительно оформлен список литературы, отсутствуют сноски на источники. Такая оценка ставится, если работа выполнена несамостоятельно и изложение носит репродуктивный характер (механически списана из источников), имеет грубые логические

нарушения. Выводы и предложения необоснованные и вызывают недоверие. Обучающийся смутно представляет суть своей работы. Во время защиты затрудняется ответить на вопросы. Также оценка «неудовлетворительно» ставится в случае, если ВКР не представлена.