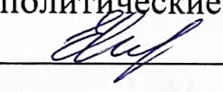
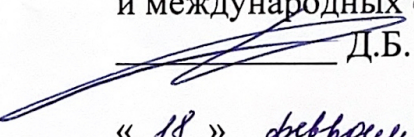


МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«СЕВАСТОПОЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

«СОГЛАСОВАНО»

«УТВЕРЖДАЮ»

Заведующий кафедрой
«Социально-философские и
политические науки»
 Е.Н.Максимова

Директор
Института общественных наук
и международных отношений
 Д.Б. Татарков

« 18 » февраль 2026 г.

« 18 » февраль 2026 г.

ФОНДЫ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
ГОСУДАРСТВЕННОЙ ИТОГОВОЙ АТТЕСТАЦИИ

42.03.01 Реклама и связи с общественностью
(код и наименование направления подготовки / специальности)

PR и стратегические коммуникации

(наименование профиля / специализации)

бакалавриат

(уровень высшего образования)

очная, 2026

(форма обучения, год набора)

Севастополь
2026

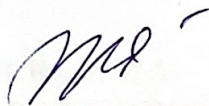
Фонды оценочных средств государственной итоговой аттестации составлены на основе федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 08.06.2017 № 512.

Фонды оценочных средств государственной итоговой аттестации рассмотрены и одобрены на заседании кафедры «Социально-философские и политические науки» от «30» января 2026 г., протокол №6 .

РАЗРАБОТАНО

Руководитель образовательной программы

Кандидат политических наук, доцент
кафедры «Социально-философские
и политические науки» _____



Е.Ю.Шавардова

СОДЕРЖАНИЕ

1. Общие положения	4
2. Составляющие элементы процесса оценки компетенций в ходе защиты выпускной квалификационной работы	4
3. Описание показателей и критериев оценивания компетенций, а также шкал оценивания.....	6
3.1. Описание показателей и критериев оценивания компетенций.....	6
3.2. Соответствие уровней сформированности компетенций шкалам оценивания	12
3.3. Шкала оценивания защиты выпускной квалификационной работы	16
4. Типовые вопросы, контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов освоения образовательной программы	14
4.1. Примерные темы выпускных квалификационных работ	14
5. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания результатов освоения образовательной программы	14

1. Общие положения

Фонды оценочных средств государственной итоговой аттестации предназначены для оценки результатов освоения обучающимися основной образовательной программы высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (профиль: PR и стратегические коммуникации), определения уровня сформированности компетенций и уровня подготовленности обучающихся к решению профессиональных задач.

Результаты освоения основной образовательной программы высшего образования определяются приобретаемыми выпускником компетенциями, т.е. его способностью применять знания, умения и навыки в соответствии с задачами профессиональной деятельности.

Фонды оценочных средств для итоговой (государственной итоговой) аттестации включают описание показателей и критериев оценивания компетенций, а также шкал оценивания, типовые вопросы, контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов освоения образовательной программы, методические материалы, определяющие процедуры оценивания результатов освоения образовательной программы.

2. Составляющие элементы процесса оценки компетенций в ходе защиты выпускной квалификационной работы

Элемент защиты	Оцениваемые разделы ВКР и материалы, представленные на	Объект оценки	Код контролируемой компетенции
Доклад	Аннотация	Умение осуществлять критический анализ и синтез информации сферы рекламы и PR. Умение определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения.	УК-1 УК-2
Ответы на вопросы	Все разделы ВКР	Умение анализировать разноуровневые маркетинговые, социально-политические, экономические процессы, выделять специфические характеристики анализируемого медиального, рекламного явления. Умение интерпретировать характеристики рекламной, медийной среды, исходя из действующих норм права и стратегических интересов России в сфере внутреннего и внешнего рынка рекламы и медиа, в том числе в регионе Большого Средиземноморья.	УК-3 УК-4 УК-5 УК-6 ОПК-2 ОПК-5 ПК-1 ПК-2 ПК-3

Иллюстративный материал	Презентация к докладу	Знание основных современных информационных технологий и программных средств для решения стандартных задач профессиональной деятельности. Умение грамотно и толерантно излагать свои мысли в форме, приемлемой для определенной. Использовать профессиональную терминологию.	УК-4 ОПК-1 ОПК-3 ОПК-6
Пояснительная записка	Введение	Умение определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения. Умение реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни.	УК-1 УК-2 УК-3 УК-4 УК-5 УК-6 УК-7 УК-8 УК-9 УК-10 ОПК-3 ОПК-4 ОПК-5 ОПК-7 ПК-1 ПК-2 ПК-3 ПК-4 ПК-5 ПК-6 ПК-7 ПК-8 ПК-9 ПК-10 ПК-11 ПК-12 ПК-13
	Раздел 1.	Способность к пониманию основных тенденций развития ключевых интеграционных процессов современности. Применение маркетинговых и социологических инструментов, используемых при производстве и реализации коммуникативного продукта;	
	Раздел 2.	методов медиапланирования и исследования средств массовой коммуникации методами социологии, психологии и семиотики.	
	Раздел 3.	Знание технологий сегментирования рынка, позиционирования продуктов и компаний, оценки конкурентоспособности продуктов и конкурентов; Знание основных принципов и методов управления проектами; специфики стратегического планирования и оперативного управления на разных этапах их подготовки;	
	Заключение	Знание принципов и методов оценки эффективности управления проектами; технологии бренд-менеджмента; Умение учитывать запросы аудитории/потребителей при создании медиа- или коммуникационных продуктов	
	Библиографический список	Умение использовать методики оценки эффективности мероприятий по продвижению продукции СМИ; методов изучения общественного мнения; Умение анализировать эффективность продвижения продукции СМИ, разрабатывать предложения по корректировке стратегий и программ продвижения продукции СМИ. Знание требований к составлению и	

		оформлению отчетной документации по результатам профессиональной деятельности.	
--	--	--	--

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

3.1. Описание показателей и критериев оценивания компетенций

Код компетенции	Критерии оценивания	Показатели уровня сформированности компетенций			
		Низкий (репродуктивный)	Средний (адаптивный)	Достаточный (эвристический)	Высокий (творческий)
УК-1	Умение осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач Знание методов междисциплинарного анализа, методики построения прикладных исследований в сфере рекламы и связей с общественностью	Не способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач Не знает методы междисциплинарного анализа, методики построения прикладных исследований в сфере рекламы и связей с общественностью	В целом способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач. Не знает методы междисциплинарного анализа, методики построения прикладных исследований в сфере рекламы и связей с общественностью	Демонстрирует навыки критического анализа и синтеза информации, применения системного подход в решении поставленных задач. Знает методы междисциплинарного анализа. Не владеет инструментарием прикладных исследований в сфере рекламы и связей с общественностью	Осуществляет поиск, критический анализ и синтез информации. Применяет системный подход для решения поставленных задач Знает методы междисциплинарного анализа, методики построения прикладных исследований в сфере рекламы и связей с общественностью.

УК-2, УК-9, УК-10, ОПК-7	Умение определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений; Знание методов анализа политико-правовой, экономической, социально-культурной среды и инфраструктуры рекламной, политической, международной экономической деятельности; Умение учитывать эффекты, прогнозировать последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности.	Не способен сформулировать задачи в рамках поставленной цели. Не знает методы анализа политико-правовой, экономической, социально-культурной среды и инфраструктуры рекламной, политической, международной экономической деятельности. Не способен учитывать эффекты, прогнозировать последствия своей профессиональной деятельности.	Определяет половину задач, способствующих достижению поставленной цели, не способен к определению путей их решения. Применяет единичные базовые методы анализа политико-правовой, экономической, социально-культурной среды и инфраструктуры рекламной, политической, международной экономической деятельности. Затрудняется прогнозировать последствия своей профессиональной деятельности.	Определяет задачи, соотносимые с поставленной целью, испытывает небольшие затруднения с выбором путей достижения этих задач. Использует широкий перечень методов анализа политико-правовой, экономической, социально-культурной среды и инфраструктуры рекламной, политической, международной экономической деятельности. Умеет прогнозировать последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности.	Умеет четко определять задачи в рамках поставленной цели, определяет наиболее оптимальные способы решения этих задач. Использует широкий перечень методов анализа политико-правовой, экономической, социально-культурной среды и инфраструктуры рекламной, политической, международной экономической деятельности. Умеет прогнозировать последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности.
--------------------------	---	--	---	--	--

УК-3, УК-6, ПК-7, ПК-8, ПК-9	Знание правил многоуровневого согласования взаимодействия в системе индивид-коллектив-общество. Умение осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде. Знание приоритетов собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки; Умение определить и реализовать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки; Знание основ проектной деятельности; базовых принципов организации рекламной кампании; Знание основ управления проектами, в том числе в бизнес структурах. Умение составлять и контролировать реализацию договора на разработку и размещение рекламных материалов, необходимых для продвижения продукции СМИ, продвижения интернет-сайта в поисковых системах	Не знает приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки; Не умеет определить и реализовать приоритеты собственной деятельности. Не знает правила многоуровневого согласования взаимодействия в системе индивид-коллектив-общество, а, следовательно, основ управления проектами. Умеет составлять и контролировать реализацию договора на разработку и размещение рекламных материалов, необходимых для продвижения продукции СМИ, продвижения интернет-сайта в поисковых системах.	Знает правила многоуровневого согласования взаимодействия в системе индивид-коллектив-общество, основы управления проектной деятельностью. Затрудняется с определением базовых принципов организации рекламной кампании, необходимых для продвижения продукции СМИ, продвижения интернет-сайта в поисковых системах.	Знает правила многоуровневого согласования взаимодействия в системе индивид-коллектив-общество, применяет их к определению механизмов социального взаимодействия и своей роли в команде. Знает основы управления проектами, в том числе в бизнес структурах. Умеет составлять и контролировать реализацию договора на разработку и размещение рекламных материалов.	Знает правила многоуровневого согласования взаимодействия в системе индивид-коллектив-общество, применяет их к определению механизмов социального взаимодействия и своей роли в команде. Знает основы управления проектами, в том числе в бизнес структурах. Умеет составлять и контролировать реализацию договора на разработку и размещение рекламных материалов, необходимых для продвижения продукции СМИ, продвижения интернет-сайта в поисковых системах
------------------------------	---	---	---	--	---

УК-4, ОПК-1, ОПК-3	Умение грамотно и толерантно излагать свои мысли в форме, приемлемой для определенной культурной мультикультурной, многоконфессиональной среды; Умение осуществлять деловую, научную коммуникацию на государственном языке РФ, а также иностранном языке, в том числе с использованием различных техник коммуникации	Не умеет грамотно вести деловую, научную коммуникацию. Использует примитивные техники коммуникации. Ограничен в употреблении профессиональных понятий.	Допускает неточности при изложении своих рассуждений, ошибается в выборе адекватных форм их воплощения. Употребляет базовые профессиональные понятия.	Умеет грамотно и толерантно излагать свои мысли в форме, приемлемой для определенной культурной мультикультурной, многоконфессиональной среды. Минимально задействует ресурс профессиональной терминологии. Допускает неточности в употреблении узкоспециальной лексики.	Умеет грамотно и толерантно излагать свои мысли в форме, приемлемой для определенной культурной мультикультурной, многоконфессиональной среды; Ведет грамотную, профессионально ориентированную деловую, научную коммуникацию на государственном языке РФ, а также иностранном языке, в том числе с использованием различных техник коммуникации
УК-5, ОПК-5	Знание исторических, цивилизационных, этнических, культурных особенностей стран региона Большого Средиземноморья, умение устанавливать их связь с объективными тенденциями и закономерностями комплексного развития на глобальном, макрорегиональном, национально-государственном, региональном и локальном уровнях;	Знает отдельные исторические, этнические и культурные особенности стран региона Большого Средиземноморья, не умеет устанавливать их связи с объективными тенденциями мирового развития	Знает исторические, этнические и культурные особенности стран региона Большого Средиземноморья, умеет устанавливать их связь с объективными тенденциями развития на глобальном уровне	Знает исторические, цивилизационные, этнические, культурные особенности стран региона Большого Средиземноморья, умеет устанавливать их связь с объективными тенденциями и закономерностями комплексного развития на глобальном и национальном	Знает исторические, цивилизационные, этнические, культурные особенности стран региона Большого Средиземноморья, умеет устанавливать их связь с объективными тенденциями и закономерностями комплексного развития на глобальном, макрорегиональном, национально-государственном, региональном и локальном уровнях

УК-7, УК-8, УК-9, УК-10	Знание условий создания безопасного состояния среды обитания, способствующей сохранению и укреплению здоровья человека в зонах трудовой, образовательной и рекреационной деятельности человека Умение выделять и интерпретировать характеристики среды международной безопасности, исходя из действующих норм международного права и стратегических интересов России, в том числе в регионе Большого Средиземноморья	Не знает основ безопасности жизнедеятельности человека, элементарных правил сохранения и укрепления здоровья человека. Затрудняется при определении и интерпретации характеристик среды международной безопасности, исходя из действующих норм международного права и стратегических интересов России	Знает базовые условия создания безопасного состояния среды обитания, Демонстрирует понимание важности здорового образа жизни. Допускает неточности при определении и интерпретации характеристик среды международной безопасности, исходя из действующих норм международного права и стратегических интересов России	Знает базовые условия создания безопасного состояния среды обитания, в общем способствующей сохранению и укреплению здоровья человека. Допускает неточности при определении и интерпретации характеристик среды международной безопасности, исходя из действующих норм международного права и стратегических интересов России	Знает базовые условия создания безопасного состояния среды обитания, способствующей сохранению и укреплению здоровья человека в зонах трудовой, образовательной и рекреационной деятельности человека. Умеет выделять и интерпретировать характеристики среды международной безопасности, исходя из действующих норм международного права и стратегических интересов России, в том числе в регионе Большого Средиземноморья
ОПК-2, ОПК-4	Умение учитывать запросы аудитории/потребителей при создании медиа- или коммуникационных продуктов; Умение учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	Не умеет использовать методику анализа запросов и ожиданий аудитории и , соответственно, допускает ошибки при определении стратегии развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах. Ограничен в инструментах создания рекламного/коммуникативного продукта	Знает базовые механизмы анализа запросов и ожиданий аудитории, затрудняется с выбором наиболее эффективной стратегии развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	Умение применять методику анализа запросов аудитории/потребителей при создании медиа- или коммуникационных продуктов; Не учитывает тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	Умеет учитывать запросы аудитории/потребителей при создании медиа- или коммуникационных продуктов; Профессионально комментирует тенденции развития общественных и государственных институтов, определяет наиболее эффективные стратегии для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах

ПК-1, ПК-2, ПК-3, ПК-4, ПК-5, ПК-6	Умение организовать маркетинговое исследования СМИ, оценить полученные данные и на их основе разработать маркетинговую стратегию продукции СМИ; Знание маркетинговых и социологических инструментов, используемых при производстве и реализации коммуникативного продукта; методов медиапланирования и исследования средств массовой коммуникации методами социологии, психологии и семиотики. Знание технологий сегментирования рынка, позиционирования продуктов и компаний, оценки конкурентоспособности продуктов и конкурентов; Умение применять современные цифровые технологии	Не умеет организовать маркетинговое исследования СМИ, оценить полученные данные и на их основе разработать маркетинговую стратегию продукции СМИ. Частично знает маркетинговые и социологические инструменты, используемые при производстве и реализации коммуникативного продукта. Не знает частотных методов медиапланирования и исследования средств массовой коммуникации методами социологии. Ошибается в выборе технологий сегментирования рынка, позиционирования продуктов и компаний, оценки конкурентоспособности продуктов и конкурентов. Не умеет применять современные цифровые технологии	Способен организовать маркетинговое исследования СМИ, оценить полученные данные и на их основе разработать маркетинговую стратегию продукции СМИ. Знает маркетинговые и социологические инструменты, используемые при производстве и реализации коммуникативного продукта. Знает основные методы медиапланирования и исследования средств массовой коммуникации методами социологии. Не использует весь спектр технологий сегментирования рынка, позиционирования продуктов и компаний, оценки конкурентоспособности продуктов и конкурентов. Использует ограниченный инструментальный современных цифровых технологий.	Умеет организовать маркетинговое исследования СМИ, квалифицированно оценить полученные данные и на их основе разработать маркетинговую стратегию продукции СМИ. Знает маркетинговые и социологические инструменты, используемые при производстве и реализации коммуникативного продукта. Знает методы медиапланирования и исследования средств массовой коммуникации методами социологии. Использует весь спектр технологий сегментирования рынка, позиционирования продуктов и компаний, оценки конкурентоспособности продуктов и конкурентов. Использует ограниченный инструментальный современных цифровых технологий.	Умеет организовать маркетинговое исследования СМИ, квалифицированно оценить полученные данные и на их основе разработать наиболее эффективную маркетинговую стратегию продукции СМИ; Знает маркетинговые и социологические инструменты, используемые при производстве и реализации коммуникативного продукта; методы медиапланирования и исследования средств массовой коммуникации методами социологии, психологии и семиотики. Знает технологии сегментирования рынка, позиционирования продуктов и компаний, оценки конкурентоспособности продуктов и конкурентов; Умение применять современные цифровые технологии
------------------------------------	--	--	--	--	---

ПК-10, ПК-11, ПК-12, ПК-13	Знание основных принципов и методов управления проектами; специфику стратегического планирования и оперативного управления на разных этапах их подготовки; Знание принципов и методов оценки эффективности управления проектами; технологии бренд-менеджмента; Умение использовать методики оценки эффективности мероприятий по продвижению продукции СМИ; методов изучения общественного мнения; Умение анализировать эффективность продвижения продукции СМИ, разрабатывать предложения по корректировке стратегий и программ продвижения продукции СМИ.	Не знает основные принципы и методы управления проектами; специфику стратегического планирования и оперативного управления на разных этапах их подготовки; Знает базовые принципы и методы оценки эффективности управления проектами; технологии бренд-менеджмента; Допускает неточности при определении методики оценки эффективности мероприятий по продвижению продукции СМИ	Знает основные принципы и методы управления проектами; специфику стратегического планирования и оперативного управления на разных этапах их подготовки; Знает принципы и методы оценки эффективности управления проектами; технологии бренд-менеджмента; Умеет определять методику оценки эффективности мероприятий по продвижению продукции СМИ. Знает базовые методы изучения общественного мнения; Не умеет анализировать эффективность продвижения продукции СМИ, разрабатывать предложения по корректировке стратегий и программ продвижения продукции СМИ	Знает основные принципы и методы управления проектами; специфику стратегического планирования и оперативного управления на разных этапах их подготовки; Знает принципы и методы оценки эффективности управления проектами; технологии бренд-менеджмента; Умеет определять методику оценки эффективности мероприятий по продвижению продукции СМИ. Знает весь спектр методов изучения общественного мнения; Допускает неточности при выборе эффективной стратегии продвижения продукции СМИ, при разработке предложения по корректировке стратегий и программ продвижения продукции СМИ	Знает принципы и методы управления проектами; специфику стратегического планирования и оперативного управления на разных этапах их подготовки; Применяет методы оценки эффективности управления проектами; технологии бренд-менеджмента; Умеет использовать методики оценки эффективности мероприятий по продвижению продукции СМИ; методов изучения общественного мнения; Умеет анализировать эффективность продвижения продукции СМИ, разрабатывать предложения по корректировке стратегий и программ продвижения продукции СМИ
----------------------------	--	--	--	---	---

3.2. Соответствие уровней сформированности компетенций шкалам оценивания

Сумма баллов по 100-балльной системе оценивания	Оценка ECTS	Уровень сформированности компетенций	Оценка по пятибалльной системе оценивания
90-100	A	Высокий (творческий)	отлично
82-89	B	Достаточный (эвристический)	хорошо
74-81	C		
64-73	D	Средний (адаптивный)	удовлетворительно
60-63	E		
35-59	FX	Низкий (репродуктивный)	неудовлетворительно
1-34	F		

3.3. Шкала оценивания защиты выпускной квалификационной работы

Критерии оценивания	Оценка по пятибалльной системе
Структура ВКР соответствует заданию кафедры и типовой структуре ВКР, отличается глубоко раскрытыми разделами. При их освещении обучающийся показывает глубокое и систематическое знание всего программного материала, исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно излагает материал ВКР, умеет тесно увязывать теорию с практикой, не затрудняется с ответом при видоизменении вопросов, задаваемых председателем и членами ГЭК, использует в ответе материал современной учебной и научной литературы, правильно обосновывает принятые в представленной ВКР решения, демонстрирует свободное владение научным языком и терминологией соответствующей научной области. Обучающийся в целом продемонстрировал наличие опыта применения знаний и умений для решения нестандартных задач в профессиональной деятельности, высокий (творческий) уровень владения компетенциями.	Отлично
Структура ВКР соответствует заданию кафедры и типовой структуре ВКР, разделы раскрыты в требуемом объеме. При их освещении обучающийся показывает знание всего программного материала, свободно излагает материал ВКР, умеет увязывать теорию с практикой, но испытывает затруднения с ответом при видоизменении вопросов, задаваемых председателем и членами ГЭК, принятые в представленной ВКР решения обоснованы, но присутствуют в проведенных расчетах неточности, демонстрирует владение научным языком и терминологией соответствующей научной области, но допускает некоторые неточности в ответах на вопросы председателя и членов ГЭК. Обучающийся в целом продемонстрировал наличие опыта применения знаний и умений при решении типовых задач в профессиональной деятельности, достаточный (эвристический) уровень владения компетенциями.	Хорошо
Структура ВКР соответствует заданию кафедры и типовой структуре ВКР. Обучающийся имеет фрагментарные знания материала, изложенного в ВКР, показывает знания важнейших разделов теоретического курса освоенных дисциплин и содержания лекционных курсов, но не усвоил его деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушения логической последовательности в изложении программного материала, испытывает затруднения в ответах на вопросы, задаваемые председателем и членами ГЭК. Обучающийся продемонстрировал в целом наличие опыта самостоятельного применения знаний и умений при решении профессиональных задач, средний (адаптивный) уровень владения компетенциями.	Удовлетворительно

Обучающийся не владеет представленным материалом, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями поясняет представленные в ВКР расчеты, демонстрирует неспособность отвечать на вопросы, задаваемые председателем и членами ГЭК. Обучающийся имеет опыт применения знаний и умений при решении профессиональных задач под руководством преподавателя, опираясь на инструкцию. Продемонстрировал низкий (репродуктивный) уровень владения компетенциями.	Неудовлетворительно
--	---------------------

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

4.1. Примерные темы выпускных квалификационных работ

Разработка креативной рекламной стратегии торговой компании (на примере книжного магазина «Фолиант» г. Севастополя);

Разработка рекламной кампании нового молодежного журнала и оценка ее эффективности (на примере журнал PROмолодёжь г. Севастополь);

Разработка стратегии продвижения нового товара (на примере сети пекарен Dolce г. Севастополя);

Брендинг в рекламной политике предприятия (на примере винодельческого завода «Массандра»);

Современное состояние рынка внутренней рекламы г. Севастополя, перспективы его развития;

Специфика социальной рекламы, разработка и проведение социальной кампании рекламными средствами;

Специфика управления деловой репутацией бизнес-организации в современных российских условиях;

Укрепление конкурентоспособности организации средствами PR;

Этнические стереотипы в наружной рекламе г. Севастополя;

Планирование (организация) рекламной кампании в местах продажи

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

5.1. Решения итоговой (государственной) экзаменационной комиссии (ГЭК) о результатах аттестационных (государственных аттестационных) испытаний принимаются на закрытых заседаниях и оформляются протоколами.

5.2. При оценивании выпускной квалификационной работы (далее – ВКР) учитываются отзыв руководителя ВКР и результаты проверки выпускной квалификационной работы на объем заимствования.

Общими критериями оценки ВКР являются:

- четкость структуры ВКР и логичность изложения материала, методологическая обоснованность исследования;
- уровень осмысления теоретических вопросов и обобщения собранного материала, обоснованность и четкость сформулированных выводов;
- владение научным стилем изложения, профессиональной терминологией, орфографическая и пунктуационная грамотность;
- соответствие формы представления ВКР всем требованиям, предъявляемым к оформлению работ;
- качество устного доклада, свободное владение материалом ВКР;
- глубина и точность ответов на вопросы председателя и членов ГЭК;
- представление иллюстративного материала (презентации к докладу);
- уровень сформированности компетенций;
- уровень подготовленности к решению профессиональных задач.

При оценке ВКР могут быть приняты во внимание публикации, авторские свидетельства, отзывы организаций по тематике исследования.

Председатель и члены ГЭК в индивидуальных оценочных ведомостях проставляют оценки по каждому объекту оценки в пятибалльной системе оценивания. Общая оценка выводится как среднеарифметическая величина отдельных оценок, округленная до целого значения «отлично» (5), «хорошо» (4), «удовлетворительно» (3), «неудовлетворительно» (2).

Решение ГЭК по результатам защиты ВКР принимается простым большинством голосов от числа лиц, входящих в состав комиссии и участвующих в заседании. При равном числе голосов председатель комиссии обладает правом решающего голоса.

5.3. Результат аттестационного (государственного аттестационного) испытания объявляется в день его проведения.