

**Федеральное государственное бюджетное образовательное  
учреждение высшего образования  
«РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА  
И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ  
ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»**

Алтайский филиал  
Кафедра медиакоммуникаций, русского языка и риторики

Утверждена  
ученым советом  
Алтайского филиала РАНХиГС  
Протокол № 1  
от «24» сентября 2025 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА  
ГОСУДАРСТВЕННОЙ ИТОГОВОЙ АТТЕСТАЦИИ**

по направлению подготовки:  
42.03.05 Медиакоммуникации

образовательная программа: Медиакоммуникации и продвижение в  
цифровой среде

квалификация: бакалавр

формы обучения: очная

Год набора - 2022

Барнаул, 2025 г.

**Авторы-составители:**

к.фил.н., доцент кафедры медиакоммуникаций, русского языка и риторики  
Шмаков Артем Алексеевич

И.о. заведующего кафедрой медиакоммуникаций, русского языка и риторики,  
к.соц.н., доцент Н.П. Гончарова

## СОДЕРЖАНИЕ

Введение	3
1. Цель и задачи государственной итоговой аттестации	3
2. Форма и объем государственной итоговой аттестации	4
3. Перечень компетенций, которыми должны овладеть обучающиеся в результате освоения образовательной программы	5
4. Программа государственного экзамена	7
5. Выпускная квалификационная работа	28

## **Введение**

Настоящая программа предназначена для проведения государственной итоговой аттестации выпускников – обучающихся очной формы обучения по направлению подготовки 42.03.05 Медиакоммуникации, образовательная программа Медиакоммуникации и продвижение в цифровой среде.

Государственная итоговая аттестация выпускников, завершающих обучение по программе высшего образования, является обязательной.

Программа Государственной итоговой аттестации составлена в соответствии с требованиями:

- федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки 42.03.05 Медиакоммуникации, утвержденного приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 8 июля 2017 г. № 527.

- нормативных правовых актов Министерства образования и науки Российской Федерации;

- локальных нормативных актов федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации».

### **1. Цель и задачи государственной итоговой аттестации**

Целью государственной итоговой аттестации является определение соответствия результатов освоения обучающимися образовательных программ требованиям образовательного стандарта Академии и федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 42.03.05 Медиакоммуникации.

Задачами государственной итоговой аттестации являются:

-выявление уровня освоения универсальных, общепрофессиональных, профессиональных и дополнительных профессиональных компетенций, соответствующих заявленным в образовательной программе видам профессиональной деятельности (редакторской, проектной, маркетинговой, организационной, технологической).

-выявление готовности выпускников к выполнению профессиональных действий, установленных по результатам форсайт-сессии.

Бакалавр по направлению подготовки 42.03.05 Медиакоммуникации (образовательная программа «Медиакоммуникации и продвижение в цифровой среде») должен быть подготовлен к решению профессиональных задач в соответствии с образовательной программой и видами профессиональной деятельности:

- Сбор, подготовка и представление актуальной информации для населения через средства массовой информации.
- Подготовка и проведение выпуска программы.
- Творческо-организационная деятельность по созданию новых продуктов СМИ.
- Работа над содержанием публикаций СМИ, в том числе и электронных.
- Создание художественного и визуального формата проекта СМИ в процессе монтажа.
- Организационная деятельность по созданию и выпуску визуальных медиапродуктов СМИ.
- Разработка и реализация проектов в области фотографирования.
- Техническая обработка и размещение информационных ресурсов на сайте.
- Создание и редактирование информационных ресурсов.
- Управление (менеджмент) информационным и ресурсами.
- Организация продвижения продукции СМИ.
- Концептуальное, функциональное и логическое проектирование систем среднего и крупного масштаба и сложности.

## **2. Форма и объем государственной итоговой аттестации**

Государственная итоговая аттестация обучающихся проводится в форме:

- государственного экзамена, включая подготовку к сдаче и сдачу государственного экзамена;
- защиты выпускной квалификационной работы, включая подготовку к защите и защиту выпускной квалификационной работы.

Общий объем государственной итоговой аттестации составляет 9 З.Е., из них:

- подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена – 3 З.Е.,
- подготовка к защите и защита выпускной квалификационной работы – 6 З.Е.

### **3.Перечень компетенций, которыми должны овладеть обучающиеся в результате освоения образовательной программы**

#### **3.1. Перечень компетенций, владение которыми должен продемонстрировать обучающийся в ходе ГИА:**

##### **3.1.1. При защите выпускной квалификационной работы:**

УК-2 Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений

УК-3 Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде

УК-4 Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)

УК-6 Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни

ОПК-1 Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем

ОПК-3 Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов

ОПК-4 Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности

ПК-1 Способен ориентироваться в жанрах, форматах, технологических платформах передачи медиапродукции и способен выбирать их согласно запросам аудитории

ПК-3 Способен создавать, обрабатывать, компоновать и осуществлять распространение (размещение) информации посредством использования соответствующих технических средств в различных средах и на различных носителях и платформах

ПК-4 Способен определять мультимедийные и интерактивные средства для достижения коммуникативных задач клиента / заказчика

ПК-5 Способен обрабатывать медиатексты с целью подготовки их к публикации и приведения в соответствие с нормами, стандартами, жанрами, форматами и стилями конкретных медиа

ПК-7 Способен участвовать в координации работы технических, управленческих, творческих подразделений организаций сферы медиа и их взаимодействий с внешней средой

### **3.1.2. При сдаче государственного экзамена:**

УК-1 Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач

УК-5 Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах

УК-7 Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности

УК-8 Способен создавать и поддерживать в повседневной жизни и в профессиональной деятельности безопасные условия жизнедеятельности для сохранения природной среды, обеспечения устойчивого развития общества, в том числе при угрозе и возникновении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов

УК-9 Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности

УК-10 Способен формировать нетерпимое отношение к проявлениям экстремизма, терроризма, коррупционному поведению и противодействовать им в профессиональной деятельности

ОПК-2 Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах

ОПК-5 Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования

ОПК-6 Способен использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии

ОПК-7 Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности

ПК-2 Способен самостоятельно производить (с использованием соответствующих технических средств), а также обрабатывать и готовить к публичному распространению различные формы медиаконтента (фото-, видео-, аудиоматериалы)

ПК-6 Способен осуществлять интеграцию/агрегацию контента, созданного различными работниками и представителями аудитории, сообразно информационным приоритетам компании

ПК-8 Способен участвовать в проектировании информационных и программных продуктов, разработке их концепций, используя знания в области архитектуры программных продуктов, алгоритмов и принципов их создания

### **3.2. Перечень общепрофессиональных компетенций, на основе которых были освоены профессиональные компетенции:**

ОПК-1 Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем

ОПК-2 Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах

ОПК-3 Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов

ОПК-4 Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности

ОПК-5 Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования

ОПК-6 Способен использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии

ОПК-7 Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности

### **3.3. Перечень общекультурных (для ФГОС)/универсальных (для ОС) компетенций, подтверждающих наличие у выпускника общих знаний и социального опыта**

УК-1 Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач

УК-2 Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений

УК-3 Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде

УК-4 Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)

УК-5 Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах

УК-6 Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни

УК-7 Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности

УК-8 Способен создавать и поддерживать в повседневной жизни и в профессиональной деятельности безопасные условия жизнедеятельности для сохранения природной среды, обеспечения устойчивого развития общества, в том числе при угрозе и возникновении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов

УК-9 Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности

УК-10 Способен формировать нетерпимое отношение к проявлениям экстремизма, терроризма, коррупционному поведению и противодействовать им в профессиональной деятельности

## **4. Программа государственного экзамена**

### **4.1. Содержание государственного экзамена**

Содержание государственного экзамена включает в себя задания, обеспечивающие проверку сформированности компетенций.

Таблица 1 – Содержание государственного экзамена

№	Наименование тем (разделов)	Содержание тем	Коды компетенций
1.	Аналитика и управление информационными потоками в медиа	Цифровая риторика. Медиарынок: понятие, особенности. Экономические особенности СМИ Управление и финансирование медиапредприятия Изменение маркетинговых подходов в условиях новых тенденций развития медиарынка. Изменения профессиональных требований к сотрудникам медиаредакций в условиях современного рынка. Роль медиа в освещении мировых, экономических, политических и экологических проблем. Брендинг: ключевые понятия, атрибуты бренда. Медиа и бренды.	УК-1 ОПК-5 ПК-6

		Медиабрендинг: стратегические компоненты, управление лояльностью аудитории. Методы научных исследований медиа. Проблемы исследования текстов медиа. Новые медиа в новом обществе: качественное изменение аудитории и ее потребностей.	
2.	Социально-культурная компетентность медиаспециалиста	Этика в системе общественных отношений. Профессионально-нравственные нормы медиакommunikации. Ценностные ориентиры современной медиасферы. Медиаизменения и их связь с экономическим и политическим развитием обществ. Основные формы коммуникации и их развитие. Межкультурная коммуникация. Правовое регулирование медиа. Медиакритика.	УК-5 УК-10 ОПК-2 ОПК-7
3.	Цифровые технологии и производство медиаконтента	Социальные сети как маркетинговая площадка. SMM как часть трансмедийной кампании. PR-деятельность: технологии, инструменты, создание концепции, управление в кризисных ситуациях. Современные технологии создания фото-, аудио-, видеоконтента. Основы программирования и создание интернет-проектов	ОПК-6 ПК-2 ПК-8
4.	Безопасность и устойчивое развитие в медиасфере	Нормы законодательства РФ, регулирующих медиасферу. Навыки безопасного поведения в чрезвычайных ситуациях, применимые в журналистской практике. Правилами информационной безопасности: защита данных, противодействие фейкам и дезинформации. Потенциальные риски публикаций (репутационные, правовые, социальные). Роль медиа в формировании культуры безопасности и просвещении аудитории по вопросам национальной безопасности.	УК-7 УК-8 ОПК-7
5.	Экономика и управление в медиаиндустрии	Медиарынок: понятие, особенности. Экономические особенности СМИ. Экономические особенности «новых медиа». Финансирование медиапредприятия. Управление медиапредприятием	УК-9 ОПК-2 ОПК-5

## **4.2. Фонд оценочных средств государственной итоговой аттестации (государственный экзамен)**

### **4.2.1. Примерный перечень вопросов к государственному экзамену:**

1. Основные медианосители и этапы их исторического развития.
2. Современная медиасистема России.
3. Основные вехи развития книгопечатания, журналистики, телевидения, радиовещания и интернет-СМИ в России и мире.
4. Место естественного языка среди других знаковых систем. Роль языка в медиа. Вербальная и невербальная коммуникация.

5. Коммуникативная культура современного медиаспециалиста. Основные качества и требования к медиатекстам.
6. Понятие «медиатекст», подходы к его определению и категоризации. Основные категории медиатекста. Виды медиатекстов.
7. Аргументативный, информационный и экспрессивный типы дискурса. Специфика, жанры, особенности реализации в медиасфере.
8. Условия выбора языкового знака: фактор говорящего, фактор адресата, фактор ситуации, дискурсивный фактор. Коммуникативная ситуация и модель коммуникации.
9. Коммуникация как структура. Характеристика элементов коммуникационной структуры.
10. Соотношение понятий «коммуникация» и «информация». Система СМИ и СМК.
11. СМИ в информационном обществе. Основные отличия от традиционных СМИ печатной эпохи. Ключевые характеристики СМИ в Интернете.
12. Массовая информация как вид социальной информации. Свойства массовой информации. Понятие информационной гигиены.
13. Классификация и структура современного медиарынка. Проблемы медиапотребления.
14. Понятие медиакультуры, роль и функции медиакультуры. Индустрия медиа и индустрия культуры.
15. Особенности конвергентных изданий, их отличия от традиционных СМИ.
16. Социальные медиа и их роль в медиасреде. Техника и технологии создания социальных медиа.
17. Социальные сети как коммуникативный феномен. Классификации социальных сетей.
18. Понятие SMM. Виды, направления, область применения. Компетенции SMM-менеджера.
19. Основные KPI в SMM. Типы метрик и показателей эффективности SMM-кампаний.
20. Нестандартные формы организации User-generated content: теоретический и прикладной аспекты.
21. Общая и цифровая риторика. Ключевые риторические компетенции медиаспециалиста.
22. Манипуляции в медиакommunikациях: понятие, виды, приемы и техники, противодействие.

23. Медиаплатформы: основные виды и их значение в дистрибуции контента.
24. Новые формы визуальной и аудиальной подачи информации.
25. «Вирусные технологии» в медиасреде.
26. Понятие «медиапланирование»: специфика, техники и приемы, методы, особенности.
27. Современная система медиажанров. Традиционные и новые жанры. Тренды и классика.
28. Массовая коммуникация: общая характеристика. Структура, функции, основные виды массовой коммуникации. Эффективность массовой коммуникации.
29. Теории и модели массовой коммуникации (2-3 на выбор).
30. Эмпирико-функционалистский подход в теории массовых коммуникаций.
31. Критический подход в теории массовых коммуникаций.
32. Психологические и микросоциологические подходы к изучению коммуникации.
33. Социальные исследования медиа: теории медиаэкологии и информационного общества.
34. Коммуникативные теории инноваций.
35. Медиаповедение и информационная экология личности.
36. Медиаповедение и информационная картина мира молодёжной аудитории/
37. Структура и особенности медиапотребления в России
38. Этические и правовые аспекты современного медиапотребления
39. Медиабрендинг и медиабренды в России: общая характеристика
40. Технологии брендинга в сфере медиа: особенности, этапы, целевая аудитория, идентификаторы
41. Медиакритика: общая характеристика, виды медиакритики
42. Основные жанры медиакритики. Методы и методики критического анализа медиа.
43. Репортаж и интервью как информационные жанры.
44. Аналитические жанры в качественной и массовой прессе. Принципы аналитической журналистики.
45. Основы операторского искусства. Обзор программ для монтажа видео.
46. Фотодело: основные понятия и базовые принципы.
47. Специфика организации и проведения разных типов фотосъемки.
48. Специфика съемки и монтажа событийного видеоряда.
49. Специфика студийной видеосъемки.

50. Аудиоподкасты: понятие и особенности. Специфика звукового дизайна.
51. Понятие «сторителлинг»: исторический обзор концепций, содержание и структура современных историй.
52. Области применения сторителлинга в медиакоммуникациях.
53. Тенденции развития современной блогосферы. Разновидности блогов и специфика современных блог-платформ.
54. Блоги: виды, функции, возможности профессионального применения.
55. Понятие и особенности современной журналистики больших данных.
56. Контент-стратегия и ее разработка. Типы контента и процессы их создания.
57. Понятие «копирайтинг». Основные направления в копирайтинге. Типологическая классификация копирайтерских текстов.
58. Создание копирайтерских текстов – особенности структуры, подходы к написанию. Оценка эффективности копирайтинга.
59. Методы и приемы анализа целевой аудитории в медиакоммуникациях.
60. Современные мультимедийные технологии.

#### **4.2.2. Перечень примерных практических заданий к государственному экзамену**

**Задание 1.** В 2013 году медиахолдинг IAC, владеющий популярным видеохостингом Vimeo, сайтом Match.com и другими сервисами, вынес решение об увольнении своего PR-директора Джустины Сакко. Причиной стал неосторожный твит, который Сакко отправила, заходя на самолет: «Лечу в Африку. Надеюсь, не подхвачу там СПИД. Шутка! Я же белая». Какие этические нормы нарушены в данном твите? Считаете ли вы действия, совершённые руководством медиа-холдинга, оправданными?

**Задание 2.** В политических кампаниях часто используются технологии, направленные на подрыв авторитета и имиджа оппонента. Среди них жесткая критика оппонента, в том числе его личностных и профессиональных качеств, публикация в Сети телефонных разговоров оппонента, выпуск якобы от лица оппонента изданий, выставляющих его в неприглядном свете. Какие из перечисленных технологий допустимы, а какие недопустимы в публичной коммуникации? Обоснуйте свой ответ.

**Задание 3.** Несмотря на то, что некоторые исследователи видят эволюцию PR в постепенном переходе к двусторонней симметричной модели

коммуникации, на практике в некоторых сферах общественной жизнедеятельности (шоу-бизнесе, политике и др.) до сих пор актуализируются более ранние модели (модель паблисити, модель информирования). Приведите примеры актуализации таких моделей. На ваш взгляд, изменятся ли принципы коммуникации в перечисленных сферах в обозримом будущем, или всё останется по-прежнему?

**Задание 4.** Выполните задание поэтапно.

1. Приведите 5 примеров событий, которые были бы интересны для разных целевых аудиторий. Выбор ЦА и событий аргументируйте.

2. Расположите эти 5 событий по градации от менее событийных к более событийным.

3. Возьмите одно событие и продемонстрируйте, каким образом оно отвечает критериям событийности (релевантность, непредсказуемость, консекутивность, необратимость, неповторяемость).

4. Напишите информационную заметку о выбранном событии.

**Задание 5.** На совещании с членами Правительства 4 марта 2020 года президент Владимир Путин заявил, что ситуация с распространением коронавируса SARS-CoV-2 в России является стабильной. Среди россиян зарегистрировано восемь случаев заражения коронавирусом. При этом «из-за границы» распространяются фейковые сообщения о массовых заражениях. Так, 2 марта в соцсетях и мессенджерах массово распространялась информация о якобы уже 20 000 заболевших россиянах. О распространении фейков говорили эксперты Group-IB, которая занимается расследованием киберпреступлений. «Цель таких вбросов понятна - посеять панику среди населения», - сказал президент. Противостоять этому, по его мнению, может только «своевременное всеобъемлющее и достоверное информирование граждан страны» (Источник - Vedomosti.ru). Поскольку опасные эпидемии, вызванные вирусами, возникают в мире регулярно (вспышка атипичной пневмонии SARS в 2002 году, вспышка свиного гриппа в 2009 году, вспышка вируса Эбола в 2014 году и т.п.), потребность в коммуникационном сопровождении борьбы с подобными эпидемия для предотвращения паники населения действительно строит крайне остро. Предложите свою стратегию и конкретные инструменты такого коммуникационного сопровождения. Какие каналы лучше всего использовать для связи с населением? Как эффективнее всего бороться с дезинформацией? Как повысить доверие к официальным источникам информации и научить граждан отличать правду от лжи? Какие рекомендации необходимо дать спикерам органов власти при общении со

СМИ? Ответы на все эти вопросы должны найти отражение в предложенной стратегии.

**Задание 6.** Грамотность письменной и устной речи - важнейшие составляющие общего уровня образованности населения. К сожалению, вследствие возрастания роли электронных коммуникаций (смс, мессенджеры), а также повышения доли видеоконтента в сети Интернет, многие подростки и молодые люди испытывают трудности с грамотным изложением своих мыслей. Эта проблема волнует многих политиков и общественных деятелей, поэтому периодически в России возникают проекты, направленные на её решение. Одним из самых ярких проектов подобного рода является «Тотальный диктант». Возникший в 2004 году как локальная акция Новосибирского госуниверситета, в 2019 году он объединил 1200 городов по всему миру и более 236000 человек.

Изучите рекламные и PR-инструменты продвижения «Тотального диктанта». Что ещё можно предложить организаторам для увеличения популярности и расширения аудитории проекта?

Какие ещё коммуникационные проекты Вы можете предложить для решения обозначенной выше проблемы снижения грамотности среди подростков и молодёжи? Допускаются любые креативные решения, начиная от идей социальной рекламы и заканчивая комплексными PR-кампаниями.

**Задание 7.** Движение parkrun, возникшее в Англии, организует бесплатные еженедельные забеги на 5 км в городских парках по всему миру. Parkrun - это единая глобальная система регистрации участников и их результатов с сохранением в электронном профиле. Любители спорта из разных стран могут принимать участие в забегах parkrun, по всему миру, единожды пройдя регистрацию, но всякий раз распечатывая свои индивидуальный код. В России забеги parkrun, начались в марте 2014 года в Северном Тушино и Коломенском (Москва), после официального визита английской делегации с Полом Синтон- Хьюиттом во главе. В 2020 г. забеги в парках стали еще более популярными в нашей стране. Благодаря спонсорам и волонтерам, движение parkrun стало своеобразным брендом с разработанной философией, позиционированием, ценностями, визуальной айдентикой и т.п. Задания:

1. Разработайте программу лояльности для постоянных участников движения parkrun в Алтайском крае.

2. Предложите коммуникационные решения следующих проблем:

а) Потенциальные участники забегов parkrun часто отказываются от регистрации, т.к. не являются профессиональными легкоатлетами и боятся прийти к финишу последними (особенно мужская аудитория).

б) Потенциальные участники забегов parkrun женского пола испытывают массу переживаний по поводу своего внешнего вида и формы одежды (боятся выглядеть глупо или неуместно одетыми).

**Задание 8.** «Почта России» провела пресс-конференцию, на которой журналистам объявили, что 1 октября 2019 г. завершён масштабный процесс реорганизации. Предприятие стало акционерным обществом со стопроцентным участием государства.

«Мы рассчитываем, что изменение правовой формы позволит «Почте России» стать более конкурентоспособной и маневренной в принятии стратегических решений. Надеюсь, очень скоро эти перемены заметят и клиенты, и сотрудники компании», - сказал генеральный директор АО «Почта России» Николай Подгузов. В планах - дальнейшее расширение сервисов и повышение качества обслуживания клиентов. «Почта России» планирует развивать розничный формат своей работы - то есть в отдаленных регионах России быть не только почтовым оператором, но и магазином. По словам Николая Подгузова, сейчас розничные уголки есть в 36 тыс. отделений. В них продаются, в частности, консервы, крупы, бытовая химия и пиво.

Генеральный директор подчеркнул, что социальная функция — одна из основных в работе почтового оператора. Поэтому компания готова сотрудничать с Минздравом и участвовать в проекте правительства по замене бумажных паспортов на электронные.

Предположим, что в ходе пресс-конференции журналисты задали следующие каверзные вопросы:

- Не кажется ли Вам, что «магазинный» формат не позволит почте создать имидж лидера российского рынка экспресс-доставки посылок и грузов? Более того, ассортимент и качество предлагаемых товаров превратит «Почту России» в современное сельпо?

- Ваше коммерческое направление «EMS Russian Post» - это плохое качество советской почты, но по новым расценкам, не соответствующим мировым стандартам качества и срокам оказания почтовых услуг. Если бы лично Вам пришлось отправить срочную бандероль, неужели Вы сами не предпочли бы услугами EMS более надежную и оперативную службу логистики?

Специалисту по связям со СМИ требуется подготовить спикера к пресс-конференции, особенно к возможным негативным, критическим замечаниям и репликам. Предложите свои варианты ответов на предложенные каверзные вопросы.

**Задание 9.** Прочитайте информацию, приведенную ниже, и ответьте на вопросы:

А) Какая выборка использовалась в исследовании?

Б) Какой информации не хватает, чтобы описание стало научно строгим?

В) Относится данная выборка к генеральной совокупности или к репрезентативной? Обоснуйте свой ответ.

Г) Что в данном исследовании является категорией анализа, а что единицей анализа? Какие единицы кодирования вы здесь выделите?

Д) Проанализируйте таблицу. Какая тема оказалась наиболее злободневной для посетителей сайтов?

Информация. Загидуллина М.В. рассматривает развлекательные сайты как «зеркало» общественных настроений и своеобразному мониторингу общественных настроений. Возможность коллективизации действий на таких сайтах делает видимым процесс выработки «общественного мнения» в определенных сообществах. В своем исследовании она изучает сайт Пикабы (на русском языке, 14 млн. посещений в день, 1,2 млн. зарегистрированных пользователей). Информация сортируется согласно тегам, устанавливаемым авторами постов. При установке или выбора тега каждый пользователь видит список тегов со статистикой. Первые десять тегов определяют самые популярные теги. Было выявлено, что тематические теги «Украина», «Россия», «политика» также значатся в топе, отражая политические представления пользователей.

Таблица 1

Посты сайта pikabu.ru, отмеченные тегом «Политика» и набравшие свыше 10 тысяч «плюсов» (на 01.09.2017; темы приведены в редакции авторов постов)

№	Тема	Плюсы	Комментарии	Давность	Примечание
1.	Открытое письмо И.Кобзону от «хама»	15646	1040	46	О выступлении Кобзона на свадьбе дочери судьи Хахалевой
2.	Студенты МГУУ правительства Москвы ответили	14666	1535	184	О стремлении обеспеченных студентов уйти от платы за парковку
3.	Вот такой вот выпускной	14561	2441	72	Выступление выпускницы из Адыгеи против

					одноклассницы, получившей медаль «по блату»
4.	Мэр города	11694	465	136	О то, что никто не хочет избираться мэром Омска
5.	Вот это поворот =)	11302	911	452	О противоправном поведении единоросса
6.	Из инстаграмм Дмитрия Нагиева	10690	1000	353	Об удалении граффити с изображением Задова
7.	Про Ганзю	10653	670	267	О депутатах Госдумы, требующих своевременного окончания заседаний
8.	Видимо картошка уже не актуальна	10166	997	29	Призыв Лукашенко увеличить рождаемость
9.	Логично	10181	2572	159	Одиночный пикет после фильма о Медведеве
10.	Двойная зарплата депутатам!	10114	1446	54	О решении Красноярского заксобрания поднять зарплату

#### **Задание 10.** Прочитайте рекламный текст:

«Американская мебель с «русской душой» - возможно ли это? Звучит как рекламный ход. Однако история прославленного мебельного дома «Roy Bosh» доказывает иное. Именитая американская мягкая мебель имеет основателями у своих истоков выходцев из имперской России. Как говорится, с тех пор немало воды утекло, но давняя русская традиция делать все «с душой» и «на века» осталась неизменной спустя десятилетия.

Итак, единение русского представления о комфорте и качестве с американским стилем жизни придало изделиям фабрики мягкой мебели «Roy Bosh» свой неповторимый узнаваемый характер исполнения. Здесь талантливо слились воедино «заокеанское легкомыслие» форм и «русская добротность»: синтез разных культурных традиций и общей вдумчивой философии. Подтверждение тому – десятилетия успешной работы бренда «Roy Bosh»: во все времена, несмотря ни на что, вопреки кризисам и растущей конкуренции...

На сегодняшний день бренд «Roy Bosh» - это фирменная мебель от производителя с более чем 30 мебельными салонами по всей России. Его фабрика мягкой мебели практически эталонна – здесь неуклонно исповедуется принцип четкого и бескомпромиссного отношения к мебельному производству. Это выражается в следующем:

- практичности и долговечности абсолютно всех изделий
- добротной обработке материала

– наличии ручной работы в производимых образцах мебели. Здесь ничего не поставлено на поток. В приоритете – качество и филигранная обработка деталей.

– соблюдении принципов комфорта и функционализма произведенной продукции

– сильных дизайнерских решениях и наличии своей концептуальной философии дизайна

– умении небезосновательно нравиться потребителю: выразительность материалов, помноженная на лаконичность форм, давно и прочно завоевала признание покупателя

– добротность и еще раз добротность – какой бы предмет мебели в американском стиле ни поселился в вашем доме, марка «Roy Bosh» никогда не заставит вас усомниться в своем качестве.

Американская мягкая мебель «Roy Bosh» – для тех, кто ценит остроумие и светскость в людях и вещах. Подчеркните статус своего интерьера с мебелью от производителя «Roy Bosh»...и почувствуйте в ней «русскую душу». «Roy Bosh»: когда форма воплотила суть»

Выполните рерайтинг текста. Придумайте для него заголовок. Какие элементы текста были наиболее сложны для переработки? Каким образом Вы решили данную проблему?

### 4.3 Показатели, критерии и оценивание компетенций

#### Государственный экзамен

Таблица 2 – Показатели, критерии и оценивание компетенций

Код компетенции	Наименование компетенции	Показатели оценивания	Критерии оценивания	Способ/средство оценивания
УК-1	Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	Осуществляет поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач. Обобщает результаты своей работы.	Продемонстрировано умение осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	Ответ на вопрос билета, ответы на дополнительные вопросы, решение ситуационной задачи.
УК-5	Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском	Учет различий межкультурного плана при формулировке задач по межкультурным	Демонстрирует способность воспринимать межкультурное разнообразие	Ответ на вопрос билета, ответы на дополнительные вопросы, решение ситуационной

	контекстах	различиям при решении задач профессионального характера.	общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	задачи.
УК-7	Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности	Умеет оценивать свой уровень физической подготовленности на основе рекомендованных критериев, выявлять проблемы в сфере сформированности физических качеств и ставить цели по совершенствованию собственной физической подготовленности.	Демонстрирует на основе рекомендованных критериев умение оценивать свой уровень физической подготовленности, а также выявлять проблемы в сфере сформированности физических качеств и ставить цели по совершенствованию собственной физической подготовленности	Ответ на вопрос билета, ответы на дополнительные вопросы, решение ситуационной задачи.
УК-8	Способен создавать и поддерживать безопасные условия жизнедеятельности, в том числе при возникновении чрезвычайных ситуаций	Умеет выявлять опасные и вредные факторы окружающей среды, в том числе при угрозе и возникновении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов.	Демонстрирует способность выявлять опасные и вредные факторы окружающей среды, в том числе при угрозе и возникновении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов.	Ответ на вопрос билета, ответы на дополнительные вопросы, решение ситуационной задачи.
УК-9	Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности	Умеет применять методы экономического и финансового планирования при проектировании профессиональных действий.	Демонстрирует способность применять методы экономического и финансового планирования при проектировании профессиональных действий.	Ответ на вопрос билета, ответы на дополнительные вопросы, решение ситуационной задачи.
УК-10	Способен формировать нетерпимое отношение к проявлениям экстремизма, терроризма, коррупционному поведению и противодействовать им в профессиональной деятельности	Умеет правильно анализировать, толковать и применять нормы права в различных сферах социальной деятельности, связанных с производством и распространением медиапродукции,	Демонстрирует способности к анализу, интерпретации и применению норм права в различных сферах социальной деятельности, связанных с производством и распространением	Ответ на вопрос билета, ответы на дополнительные вопросы, решение ситуационной задачи.

		осуществлять социальную и профессиональную деятельность на основе развитого правосознания и сформированной правовой культуры.	медиапродукции, осуществлять социальную и профессиональную деятельность на основе развитого правосознания и сформированной правовой культуры.	
ОПК-2	Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	Учитывает основные тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах.	Продемонстрировано умение учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах.	Ответ на вопрос билета, ответы на дополнительные вопросы, решение ситуационной задачи.
ОПК-5	Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	Учет политических, этических, правовых и экономических механизмов функционирования тенденций развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира.	Демонстрирует способность анализировать и учитывать тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира (с учётом политических, экономических, правовых и этических факторов) при разработке и реализации профессиональных медиапроектов.	Ответ на вопрос билета, ответы на дополнительные вопросы, решение ситуационной задачи.
ОПК-6	Способен использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии	Владение навыками применения современных технических средств и информационно-коммуникационных технологий для создания и управления интернет-проектами.	Демонстрирует способность эффективно применять современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии для	Ответ на вопрос билета, ответы на дополнительные вопросы, решение ситуационной задачи.

			разработки, запуска и управления интернет-проектами	
ОПК-7	Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности	Использует навыки создания медиапродуктов с опорой на принципы социальной ответственности и просчитывая последствия профессиональной деятельности.	Демонстрирует способность создавать медиапродукты с соблюдением принципов социальной ответственности и обоснованным прогнозированием возможных социальных, этических и репутационных последствий их распространения.	Ответ на вопрос билета, ответы на дополнительные вопросы, решение ситуационной задачи.
ПК-2	Способен самостоятельно производить (с использованием соответствующих технических средств), а также обрабатывать и готовить к публичному распространению различные формы медиаконтента (фото-, видео-, аудиоматериалы)	Владеет навыками создания и подготовки к публичному распространению комплексных медиапродуктов.	Продемонстрировано умение создавать комплексные медиапродукты (включая фото-, видео-, аудиоматериалы и текстовый контент) и полноценно готовить их к публичному распространению - с соблюдением технических, стилистических и редакционных требований	Ответ на вопрос билета, ответы на дополнительные вопросы, решение ситуационной задачи.
ПК-6	Способен осуществлять интеграцию/агрегацию контента, созданного различными работниками и представителями аудитории, согласно информационным приоритетам компании	Умеет интегрировать и агрегировать медиаконтент из различных источников согласно информационным приоритетам компании.	Демонстрирует способность интегрировать и агрегировать медиаконтент из разных источников в соответствии с информационными приоритетами компании.	Ответ на вопрос билета, ответы на дополнительные вопросы, решение ситуационной задачи.
ПК-8	Способен участвовать в проектировании информационных и программных продуктов, разработке их концепций, используя знания в области архитектуры программных	Владеет знаниями в области архитектуры программных продуктов, алгоритмов и принципов их создания в процессе	Демонстрирует способность применять знания об архитектуре программных продуктов, алгоритмах и	Ответ на вопрос билета, ответы на дополнительные вопросы, решение ситуационной задачи.

	продуктов, алгоритмов и принципов их создания	проектирования информационных и программных продуктов, разработки их концепций.	принципах их создания при проектировании информационных и программных продуктов и разработке их концепций.	
--	---	---	--	--

#### 4.4. Процедура проведения государственного экзамена и шкала оценивания

Государственный экзамен проводится в устной форме. Государственная экзаменационная комиссия определяет уровень сформированности компетенций.

На государственном экзамене обучающийся самостоятельно готовит ответы на вопросы и задания билета. На подготовку обучающимся предоставляется, как правило, не менее 30 минут, о чем их заранее предупреждают. При подготовке ответа на теоретические вопросы и практическое задание выпускнику предоставляется возможность использования нормативных правовых актов.

Выпускник, подготовившись к ответу, имеет право в любом порядке отвечать на вопросы и задания экзаменационного билета. Комиссия дает возможность обучающемуся дать полный ответ по всем вопросам и заданиям билета. После ответа члены государственной экзаменационной комиссии могут задавать обучающемуся вопросы.

Результаты государственного экзамена определяются итоговыми оценками «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно» в соответствии с ниже обозначенными критериями.

Таблица 3 – Критерии оценивания ответа на государственном экзамене

Шкала оценивания	Критерии оценивания
отлично	<p>Даны полные, развернутые ответы на поставленные вопросы, показана совокупность осознанных знаний по дисциплине, доказательно раскрыты основные положения вопросов; в ответе прослеживается четкая структура, логическая последовательность. Знание вопросов демонстрируется на фоне понимания его в системе данной науки и междисциплинарных связей. Ответ изложен литературным языком с использованием современной терминологии. Могут быть допущены отдельные недочеты в определении понятий, исправленные обучающимся самостоятельно в процессе ответа.</p> <p>Выполнение практического задания показывает знание управленческой ситуации и умение применить правильный научный и методический подход и инструментарий для решения</p>

	задачи, способность устанавливать причинно-следственные связи в изложении материала, делать выводы; в комплексе определять приоритеты профессиональной деятельности, разрабатывать и эффективно исполнять управленческие решения.
хорошо	Даны полные, развернутые ответы на поставленные вопросы, показано умение выделить существенные и несущественные признаки, причинно-следственные связи. Ответ четко структурирован, логичен, изложен литературным языком с использованием современной терминологии. Могут быть допущены 2-3 неточности или незначительные ошибки, исправленные обучающимся с помощью экзаменатора. Выполнение практического задания показывает способность обучающегося определять основные приоритеты профессиональной деятельности, разрабатывать и эффективно исполнять управленческие решения.
удовлетворительно	Даны недостаточно полные и недостаточно развернутые ответы. Логика и последовательность изложения имеют нарушения. Допущены ошибки в раскрытии понятий, употреблении терминов. Обучающийся не способен самостоятельно выделить существенные и несущественные признаки и причинно-следственные связи. Речевое оформление требует поправок, коррекции. Выполнение практического задания показывает, что компетенции сформированы на начальном уровне, обучающийся может определять отдельные приоритеты профессиональной деятельности, разрабатывать и исполнять управленческие решения.
неудовлетворительно	Оценка выставляется в одном из случаев: 1. Ответы представляют собой разрозненные знания с существенными ошибками по вопросам. Присутствуют фрагментарность, нелогичность изложения. Обучающийся не осознает связь обсуждаемого вопроса по билету с другими вопросами дисциплины. Отсутствуют конкретизация и доказательность изложения. Речь неграмотная, современная терминология не используется. Дополнительные и уточняющие вопросы преподавателя не приводят к коррекции ответа обучающегося. Практическое задание не выполнено. 2. Ответ на вопрос полностью отсутствует. 3. Отказ от ответа.

#### **4.5 Методические рекомендации по подготовке к государственному экзамену.**

Самостоятельная подготовка к государственному экзамену включает в себя как повторение на более высоком уровне изученных в процессе профессиональной подготовки блоков и разделов основной образовательной программы, вынесенных на экзамен, так и углубление, закрепление и самопроверку приобретенных и имеющихся знаний.

Целесообразно начать подготовку со структурирования каждого

вопроса, что впоследствии станет основой ответа.

Изучение вопросов целесообразно начать с изучения базовой литературы по учебной дисциплине, которая включена в программу государственного экзамена. Не ограничиваясь базовым учебным изданием, изучить некоторые специальные, в т.ч. научные, издания, которые дадут возможность более подробно и глубоко рассмотреть некоторые специфические аспекты поставленных вопросов.

Особо следует подчеркнуть, что в процессе подготовки к экзамену следует реализовать интегративно-комплексный подход в изучении различных феноменов, а значит, уметь анализировать и оценивать его исторические, правовые, социальные, политические, этические и прочие аспекты и компоненты, выявлять их взаимосвязь и взаимообусловленность.

Значительное место в структуре подготовки к государственному экзамену занимает изучение периодической литературы. Оценочные суждения выпускника в отношении приведенных в периодических изданиях примеров и рассуждений могут стать доказательством его профессиональной компетентности.

Требования к качеству ответа выпускника на государственном экзамене.

Ответы выпускников должны носить интегративный характер, т.е. демонстрировать не только полученные знания, но и умения использовать их в решении конкретных практических задач. Особое внимание уделяется тому, насколько глубоко обучающиеся разбираются в понятийном аппарате и умеют его использовать.

Одним из основных требований к качеству ответа на государственном экзамене является способность выпускников показать в процессе решения практической задачи владение теоретическими знаниями.

Общие рекомендации по решению практических задач (заданий) на государственном экзамене.

Провести анализ предложенной ситуации с опорой на нормативные правовые акты и предложить обоснованное решение.

#### 4.5.1. Основная литература

№ п/п	Автор	Название издания	Издательство	Год издания	Расположение
1.	Ефанов, А. А.	Социология медиакультуры и медиаобразования : учебник для вузов	Москва : Издательство Юрайт	2026. — 124 с.	<a href="https://urait.ru/bcode/587873">https://urait.ru/bcode/587873</a>

2.	Музыкант, В. Л.	Основы интегрированных коммуникаций: теория и современные практики в 2 ч. Часть 1. Стратегии, эффективный брендинг : учебник и практикум для вузов	Москва : Издательство Юрайт	2025. — 475 с.	URL: <a href="https://urait.ru/bcode/561316">https://urait.ru/bcode/561316</a>
3.	Мясникова, М. А.	Практика профессионального медиаобразования : учебник для вузов	Москва : Издательство Юрайт	2025. — 179 с.	URL: <a href="https://urait.ru/bcode/562862">https://urait.ru/bcode/562862</a>
4.	Трищенко, Д. А.	Техника и технологии рекламного видео : учебник и практикум для вузов	Москва : Издательство Юрайт	2026. — 177 с.	URL: <a href="https://urait.ru/bcode/587676">https://urait.ru/bcode/587676</a>
5.	Ульбашев, А. Х.	Правовые и этические основы журналистики : учебник для вузов	Москва : Издательство Юрайт	2026. — 231 с.	URL: <a href="https://urait.ru/bcode/587283">https://urait.ru/bcode/587283</a>
6.	Чумиков, А. Н.	Медиакоммуникации : учебник	Москва : Проспект	2023. — 208 с.	<a href="https://e.lanbook.com/book/424139">https://e.lanbook.com/book/424139</a>
7.	Чумиков, А. Н.	Связи с общественностью и медиакоммуникации : учебник для вузов	Москва : Издательство Юрайт	2026. — 199 с.	<a href="https://urait.ru/bcode/586446">https://urait.ru/bcode/586446</a>

#### 4.5.2 Дополнительная литература

№	Автор	Название	Издательство	Год выпуска	Расположение
1.	Виноградова, С. М.	Психология массовой коммуникации : учебник для вузов	Москва : Издательство Юрайт	2025. — 428 с.	URL: <a href="https://urait.ru/bcode/560040">https://urait.ru/bcode/560040</a>
2.	Коноваленко, М. Ю.	Теория коммуникации : учебник для вузов	Москва : Издательство Юрайт	2026. — 415 с.	URL: <a href="https://urait.ru/bcode/582690">https://urait.ru/bcode/582690</a>
3.	под редакцией Т. Д. Венедиктовой, Д. Б. Гудкова	Основы теории коммуникации : учебник и практикум для вузов	Москва : Издательство Юрайт	2026. — 193 с.	URL: <a href="https://urait.ru/bcode/583756">https://urait.ru/bcode/583756</a>
4.	Потапов, Ю. А.	Современная пресс-служба : учебник для вузов	Москва : Издательство Юрайт	2026. — 358 с.	URL: <a href="https://urait.ru/bcode/586752">https://urait.ru/bcode/586752</a>
5.	Трищенко, Д. А.	Копирайтинг : учебник для вузов	Москва : Издательство	2026. — 124 с.	URL: <a href="https://urait.ru/bcode/586446">https://urait.ru/bcode/586446</a>

			Юрайт		ode/587677
--	--	--	-------	--	------------

### 4.5.3. Нормативные правовые документы

1. Федеральный закон от 27.12.1991 № 2124-1 «О средствах массовой информации» (ред. от 23.11.2024) [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://normativ.kontur.ru/document?moduleId=1&documentId=504513>
2. Закон РФ от 07.02.1992 № 2300-1 «О защите прав потребителей» (ред. от 08.08.2024) [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://normativ.kontur.ru/document?moduleId=1&documentId=504513>
3. Федеральный закон от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (ред. от 27.10.2025) [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://normativ.kontur.ru/document?moduleId=1&documentId=504513>
4. Федеральный закон от 27.07.2006 № 149-ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» (ред. от 26.12.2024) [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://base.garant.ru/409234670/>
5. Федеральный закон от 27.07.2006 № 152-ФЗ «О персональных данных» (ред. от 23.11.2024) [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://base.garant.ru/58073914/>
6. Федеральный закон от 29.12.2012 № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации» (ред. от 08.08.2024) [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://normativ.kontur.ru/document?moduleId=1&documentId=504513>
7. Приказ Министерства образования и науки РФ от 08.06.2017 № 527 «Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта высшего образования — бакалавриат по направлению подготовки 42.03.05 Медиакоммуникации» (ред. от 27.02.2023) [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://fgos.ru/fgos/fgos-42-03-05-mediakommunikacii-527/>
8. Постановление Правительства РФ от 30.05.2022 № 996 «Об утверждении Правил маркировки рекламы в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"» (ред. от 25.12.2024) [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://normativ.kontur.ru/document?moduleId=1&documentId=504513>
9. Приказ Роскомнадзора от 30.06.2022 № 109 «Об утверждении требований к порядку маркировки интернет-рекламы» [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://base.garant.ru/71708700/>
10. Приказ Министерства науки и высшего образования РФ от 19.07.2022 № 662 «О внесении изменений в федеральные государственные образовательные стандарты высшего образования» [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://base.garant.ru/71708700/>

11. Постановление Правительства РФ от 24.07.2025 № 1087 «Об утверждении критериев отнесения к рекламе информации, распространяемой на отдельных информационных ресурсах в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"» [Электронный ресурс]. — Режим доступа: [https://epp.genproc.gov.ru/ru/proc\\_77/activity/legal-education/about-law/e8256540/](https://epp.genproc.gov.ru/ru/proc_77/activity/legal-education/about-law/e8256540/)

#### **4.5.4. Интернет-ресурсы, справочные системы**

1. AdIndex — аналитическое издание о рекламном рынке и маркетинговых технологиях. — Режим доступа: <https://adindex.ru/>
2. AdPass — блог-платформа о маркетинге, рекламе и коммуникациях при поддержке АКАР, РАМУ, АРИР. — Режим доступа: <https://adpass.ru/>
3. AppsFlyer Глоссарий — терминология по мобильному маркетингу, программатик-рекламе и платформам управления данными. — Режим доступа: <https://www.appsflyer.com/ru/glossary/>
4. Cossa.ru — медиа о digital-маркетинге, digital-культуре и digital-образовании. — Режим доступа: <https://www.cossa.ru/>
5. SeoNews — отраслевое медиа об интернет-маркетинге, SEO, продвижении сайтов. — Режим доступа: <https://seonews.ru/>
6. Sostav.ru — крупнейшее онлайн-медиа о маркетинге, рекламе, PR и коммуникациях. — Режим доступа: <https://www.sostav.ru/>
7. Spark.ru — платформа для публикации экспертных материалов о бизнесе, маркетинге и стартапах. — Режим доступа: <https://spark.ru/>
8. VC.ru — платформа для предпринимателей и специалистов в области стартапов, технологий и маркетинга. — Режим доступа: <https://vc.ru/>
9. Workspace Media — медиа о работе в digital-индустрии, маркетинге, веб-разработке, SMM и PR. — Режим доступа: <https://workspace.ru/blog/>
10. Научная библиотека МГУ имени М.В. Ломоносова. — Режим доступа: <https://nbmgu.ru/>
11. Официальный интернет-портал правовой информации. — Режим доступа: <http://pravo.gov.ru/>
12. Официальный сайт Государственной Думы Федерального Собрания РФ. — Режим доступа: <http://duma.gov.ru/>
13. Официальный сайт Правительства Российской Федерации. — Режим доступа: <http://government.ru/>
14. Официальный сайт Президента Российской Федерации. — Режим доступа: <http://kremlin.ru/>
15. Официальный сайт Федеральной антимонопольной службы России (ФАС России). Раздел «Реклама в интернете». — Режим доступа: [https://fas.gov.ru/pages/reklama\\_v\\_internete](https://fas.gov.ru/pages/reklama_v_internete)
16. Российская государственная библиотека (РГБ). — Режим доступа: <https://www.rsl.ru/>

## **5. Выпускная квалификационная работа**

### **5.1. Общие требования к выпускной квалификационной работе**

Обязательной формой государственной итоговой аттестации по направлению подготовки 42.03.05 Медиакоммуникации, образовательная программа «Медиакоммуникации и продвижение в цифровой среде», является подготовка к защите и защита выпускной квалификационной работы (ВКР).

Выпускная квалификационная работа выполняется обучающимся либо группой обучающихся и представляет собой самостоятельный проект. Содержание выпускной квалификационной работы должно включать в себя информацию, демонстрирующую знания в области связи, информационных и коммуникационных технологий (в сфере продвижения продукции средств массовой информации, включая печатные издания, телевизионные и радиопрограммы, онлайн-ресурсы); в области средств массовой информации, издательства и полиграфии (в сфере мультимедийных, печатных, теле- и радиовещательных средств массовой информации).

Выпускная квалификационная работа должна представлять собой самостоятельно выполненное и законченное исследование по избранной проблеме, в котором анализируется одна из проблем в области профессиональной деятельности. ВКР должна демонстрировать уровень подготовленности выпускника к профессиональной деятельности, умение самостоятельно разрабатывать избранную тему и формулировать соответствующие практические рекомендации. Кроме этого, работа должна соответствовать требованиям, предъявляемым к подготовке и оформлению выпускных квалификационных работ.

При выполнении ВКР обучающиеся должны показать свои способности и умения, опираясь на полученные знания и сформированные компетенции, самостоятельно решать на современном уровне задачи своей профессиональной деятельности, профессионально излагать специальную информацию, научно аргументировать и защищать собственную точку зрения.

### **5.2. Фонд оценочных средств государственной итоговой аттестации (выпускная квалификационная работа)**

Примерный перечень тем выпускных квалификационных работ:

1. Проблема формирования и развития системы антикризисных коммуникаций в организации.
2. Тенденции и перспективы развития трансмедийных коммуникаций.
3. Социальные медиа: характеристики и проблемы развития.

4. Бизнес-реклама в современных масс-медиа: опыт коммуникативно-психологического анализа.
5. Феномен блоггерства в современном интернет-пространстве.
6. Взаимовлияние ценностных ориентаций общества и контента СМИ.
7. Особенности геймификации в современных медиа: методы и жанры
8. Дата-журналистика и визуализация данных: российский и мировой опыт.
9. Интегрированные коммуникации: принципы и технологии.
10. Интернет-мем: сущность явления и его воздействие на аудиторию.
11. Информационные войны в современных медиа.
12. Кибермоббинг в современных средствах коммуникациях
13. Кибермоббинг в социальных медиа: технологии, эффекты, способы борьбы.
14. Коммерческая и общественная модели медиа: сравнительный анализ.
15. Трансмедийные технологии и аудитория: возможности и проблемы коммуникации
16. Коммуникативные технологии в политической сфере.
17. Проблема формирования критериев эффективности в управлении коммуникацией.
18. Медиа-фрэйминг как метод анализа медиа-текстов.
19. Новость как инструмент манипуляции аудиторией.
20. Особенности освещения политических кампаний в СМИ.
21. Особенности продвижения товаров и услуг в социальных сетях.
22. Особенности работы медиа - специалистов в предвыборный период.
23. Особенности регулирования контента социальных сетей (на примере любой социальной сети).
24. Особенности партизанского маркетинга как специфической медийной услуги.
25. Политические лидеры на телевизионном экране: особенности репрезентации.
26. Политическое событие в традиционных и новых медиа (на примере конкретного события).
27. Потребительская реклама в современных масс-медиа: опыт коммуникативнопсихологического анализа.
28. Принципы и инструменты фактчекинга и верификации информации в работе современных медиа.
29. Развитие стиля 'инфотейнмент' в информационных программах российского телевидения.

30. Развитии бренда телевизионной компании.
31. Направления развития медиаменеджмента (на примере организации).
32. Российские клерикальные СМИ.
33. Бренд в медиа бизнесе.
34. Сайнстейнмент как отдельное направление медийного производства.
35. Скрытая реклама в различных медиапроектах
36. Скрытые пропагандистские приёмы в информационных текстах СМИ.
37. Мифотворчество в пространстве новых медиа.
38. Социальные сети и блогосфера в политических коммуникациях и PR.
39. Специфика управления креативной деятельностью в медиа.
40. Структура регионального медиарынка России (на примере региона).

### 5.3. Показатели, критерии и оценивание компетенций, выносимых на подготовку и защиту выпускной квалификационной работы

Таблица 4 – Показатели, критерии и оценивание компетенций

Код компетенции	Наименование компетенции	Показатели оценивания	Критерии оценивания	Способ/средство оценивания
УК-2	Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	Способен предлагать комплексные решения задач для достижения поставленных целей с учетом имеющихся ограничений и требований правовых норм.	Продемонстрировано умение предлагать комплексные решения задач для достижения поставленных целей с учетом имеющихся ограничений и требований правовых норм.	Содержание работы, доклад, презентация работы, ответы на вопросы членов государственной аттестационной комиссии
УК-3	Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	Успешно демонстрирует способность выработать стратегию сотрудничества во внешней среде и организовывать отбор членов команды для достижения поставленной цели, распределяя роли в команде.	Продемонстрирована способность выработать стратегию сотрудничества во внешней среде и организовывать отбор членов команды для достижения поставленной цели, распределяя роли в команде.	Содержание работы, доклад, презентация работы, ответы на вопросы членов государственной аттестационной комиссии
УК-4	Способен осуществлять	Демонстрирует	Продемонстрирова	Содержание

	деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	способность использовать весь спектр речевых средств родного и иностранного языков при решении профессиональных задач.	на способность использовать весь спектр речевых средств родного и иностранного языков при решении профессиональных задач.	работы, доклад, презентация работы, ответы на вопросы членов государственной аттестационной комиссии
УК-6	Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни	Учитывает конкретные условия образовательной организации, на базе которой осуществляется работа (особенности обучающихся, возможности образовательной среды, цели образовательной деятельности, локальная нормативная база и т. п.), а также собственные личностные возможности при реализации намеченных целей деятельности.	Продемонстрировано умение учитывать конкретные условия образовательной организации, на базе которой осуществляется работа (особенности обучающихся, возможности образовательной среды, цели образовательной деятельности, локальная нормативная база и т. п.), а также собственные личностные возможности при реализации намеченных целей деятельности.	Содержание работы, доклад, презентация работы, ответы на вопросы членов государственной аттестационной комиссии
ОПК-1	Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	В полной мере владеет навыками использования приемов нарратологии и сторителлинга, производства и продвижения рекламных текстов в ме-диасреде в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем.	Демонстрирует владение навыками использования приемов нарратологии и сторителлинга, производства и продвижения рекламных текстов в ме-диасреде в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем.	Содержание работы, доклад, презентация работы, ответы на вопросы членов государственной аттестационной комиссии
ОПК-3	Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе	Успешно применяет на практике многообразие достижений	Демонстрирует на практике многообразие достижений	Содержание работы, доклад, презентация работы, ответы на

	создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов.	и отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов.	вопросы членов государственной аттестационной комиссии
ОПК-4	Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	В полной мере способен определять основные характеристики целевой аудитории при создании конкретных текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.	Демонстрирует умение определять основные характеристики целевой аудитории при создании конкретных текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.	Содержание работы, доклад, презентация работы, ответы на вопросы членов государственной аттестационной комиссии
ПК-1	Способен ориентироваться в жанрах, форматах, технологических платформах передачи медиапродукции и способен выбирать их сообразно запросам аудитории	Способен успешно осуществлять комплексный анализ применяемых жанров, форматов технологических платформ передачи медиапродукции.	Демонстрирует способность успешно осуществлять комплексный анализ применяемых жанров, форматов и технологических платформ передачи медиапродукции.	Содержание работы, доклад, презентация работы, ответы на вопросы членов государственной аттестационной комиссии
ПК-3	Способен создавать, обрабатывать, компоновать и осуществлять распространение (размещение) информации посредством использования соответствующих технических средств в различных средах и на различных носителях и платформах	Успешно демонстрирует владение основными навыками обрабатывать и готовить публичному распространению простейшие формы аудиовизуальной информации (видео, аудиоматериалы); знает принципы обработки и подготовки публичному распространению простейших форм аудиовизуальной информации.	Демонстрирует владение основными навыками обрабатывать и готовить публичному распространению простейшие формы аудиовизуальной информации (видео, аудиоматериалы); знает принципы обработки и подготовки публичному распространению простейших форм аудиовизуальной информации.	Содержание работы, доклад, презентация работы, ответы на вопросы членов государственной аттестационной комиссии

ПК-4	Способен определять мультимедийные и интерактивные средства для достижения коммуникативных задач клиента / заказчика	Успешно демонстрирует способности участвовать в определении мультимедийных интерактивных средств.	Демонстрирует способности участвовать в определении мультимедийных и интерактивных средств.	Содержание работы, доклад, презентация работы, ответы на вопросы членов государственной аттестационной комиссии
ПК-5	Способен обрабатывать медиатексты с целью подготовки их публикации и приведения в соответствие с нормами, стандартами, жанрами, форматами и стилями конкретных медиа	Успешно демонстрирует способность обрабатывать медиатексты с целью подготовки их публикации и приведения в соответствие с нормами, стандартами, жанрами, форматами и стилями конкретных медиа.	Демонстрирует способность обрабатывать медиатексты с целью подготовки и приведения в соответствие с нормами, стандартами, жанрами, форматами и стилями конкретных медиа.	Содержание работы, доклад, презентация работы, ответы на вопросы членов государственной аттестационной комиссии
ПК-7	Способен участвовать в координации работы технических, управленческих, творческих подразделений организаций сферы медиа и их взаимодействий с внешней средой	Успешно демонстрирует навыки участия в координации работы технических, управленческих, творческих подразделений организаций сферы медиа и их взаимодействий с внешней средой в процессе создания рекламных медиапродуктов.	Демонстрирует навыки участия в координации работы технических, управленческих, творческих подразделений организаций сферы медиа и их взаимодействий с внешней средой в процессе создания рекламных и медиапродуктов.	Содержание работы, доклад, презентация работы, ответы на вопросы членов государственной аттестационной комиссии

#### 5.4. Шкала оценивания

##### Выпускная квалификационная работа

Защита выпускной квалификационной работы осуществляется на заседании государственной экзаменационной комиссии (ГЭК), утверждаемой в установленном порядке.

Результаты защиты выпускной квалификационной работы определяются итоговыми оценками «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно» в соответствии с критериями на основании устной беседы выпускника с членами ГЭК по существу представленной к защите ВКР, ответов на дополнительные вопросы, с учетом отзыва научного руководителя, рецензии (при наличии) и портфолио.

За основу принимаются следующие критерии с учетом степени освоения компетенций:

- актуальность, теоретическая и практическая значимость работы;
- вклад автора в проведенное исследование и практические результаты работы;
- соответствие целей, задач, содержания и результатов исследования;
- объем и глубина проработки темы (количество и качество библиографических источников);
- структурированность работы, логика изложения, обоснованность и достоверность полученных результатов и сделанных выводов;
- содержательность доклада и ответов на дополнительные вопросы членов государственной экзаменационной комиссии;
- наглядность представленных результатов исследования в форме презентации;
- портфолио выпускника.

Таблица 5 – Критерии оценивания защиты выпускной квалификационной работы

Критерии оценивания	Оценка
<p>Полное раскрытие темы, качественное оформление работы, доклад и презентации освещают все полученные результаты исследования, правильные ответы на вопросы.</p> <p>У обучающегося сформированы уверенные знания, умения и навыки, опыт практической деятельности, включенные в соответствующую компетенцию. Он глубоко и полно освещает теоретические, методологические и практические аспекты темы, проявляет творческий подход к ее раскрытию и демонстрирует дискуссионность данной проблематики, демонстрирует свободное владение материалом, высокий уровень знакомства со специальной научной литературой. Демонстрирует самостоятельность научного исследования. Обучающийся не затрудняется с ответами при постановке проблемных вопросов, правильно обосновывает принятые решения, владеет разносторонними навыками и приемами выполнения практических задач, предусмотренных ВКР.</p>	«Отлично»
<p>Полное раскрытие темы, правильное оформление работы, доклад и презентация раскрывает тему исследования, отсутствие существенных неточностей в ответах на вопросы.</p> <p>Оценка ставится при полных, исчерпывающих, аргументированных ответах на все основные и дополнительные вопросы. Компетенции, предусмотренные настоящей программой, сформированы. Практические навыки профессиональной деятельности в значительной мере сформированы. Приемлемое умение самостоятельного решения практических задач с отдельными элементами творчества в рамках написания и защиты ВКР. Обучающийся твердо знает</p>	«Хорошо»

<p>материал выпускной квалификационной работы, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, правильно применяет теоретические положения при решении практических вопросов и задач, владеет необходимыми навыками и приемами их выполнения.</p>	
<p>Достаточное раскрытие темы, правильное оформление работы с незначительными нарушениями, содержание доклада и презентации раскрывают тему исследования, имеются неточности в ответах на вопросы.</p> <p>Оценка ставится, если компетенции, предусмотренные программой, сформированы не в полной мере. Обучающийся демонстрирует наличие минимально допустимого уровня в усвоении учебного материала и в самостоятельном решении практических задач. Практические навыки профессиональной деятельности сформированы не в полной мере. Обучающийся показывает знания только основного материала, но не усвоил его деталей, допускает неточности, неправильные формулировки, нарушения логической последовательности в изложении материалов ВКР, испытывает затруднения при выполнении практических задач.</p>	<p>«Удовлетворительно»</p>
<p>Неполное раскрытие темы, правильное оформление работы с незначительными нарушениями, содержание доклада и презентации имеет минимальный объем, имеются значительные ошибки в ответах на вопросы.</p> <p>Оценка ставится, если компетенции, предусмотренные программой, не сформированы. Недостаточный уровень усвоения понятийного аппарата и наличие фрагментарных знаний по материалам ВКР, обучающийся допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями решает практические задачи или не справляется с ними самостоятельно. Практические навыки профессиональной деятельности не сформированы.</p>	<p>«Неудовлетворительно»</p>