

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РЕСПУБЛИКИ ТАДЖИКИСТАН  
МЕЖГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ  
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«РОССИЙСКО-ТАДЖИКСКИЙ (СЛАВЯНСКИЙ) УНИВЕРСИТЕТ»**

**« Утверждаю »**  
Декан факультета русской филологии,  
журналистики и медиатехнологий  
**А.А. Рахимов**  
**« 27 » 01 2026 г.**



**Фонд оценочных средств  
ГОСУДАРСТВЕННОЙ ИТОГОВОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО  
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ**

Направление подготовки – 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль подготовки – Рекламная деятельность

Форма подготовки – очная

Уровень подготовки – бакалавриат

Год начала подготовки - 2026

**Душанбе-2026**

## 1. Состав фонда оценочных средств для проведения государственной итоговой аттестации

Государственная итоговая аттестация (ГИА) обучающихся по направлению подготовки бакалавриата 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», профиль подготовки «Рекламная деятельность» проводится в форме:

- подготовки к процедуре защиты и защиты выпускной квалификационной работы (ВКР);
- подготовки к сдаче и сдачи государственного экзамена.

Государственный экзамен проводится в устной форме.

В билеты государственного экзамена включаются 2 теоретических вопроса и 1 практико-ориентированный вопрос, которые равномерно случайным образом выбираются из типовых вопросов и ситуаций, приведенных в фондах оценочных средств по государственной итоговой аттестации.

Ознакомление выпускников с содержанием экзаменационных билетов до сдачи экзамена запрещается. Студенты-выпускники обязаны готовиться к экзамену, руководствуясь данным фондом оценочных средств.

Фонд оценочных средств для проведения государственной итоговой аттестации включает в себя:

- перечень компетенций, которыми должен обладать обучающийся в результате освоения образовательной программы;
- описание показателей и критериев оценивания компетенций;
- методические материалы, определяющие процедуры оценивания результатов освоения образовательной программы.

## 2. Перечень компетенций, которыми должен обладать обучающийся в результате освоения образовательной программы

Перечень компетенций выпускника образовательной программы, которыми должен обладать обучающийся в результате освоения образовательной программы по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», профиль подготовки «Рекламная деятельность», представлен в таблице 1.

Перечень компетенций, которыми должен обладать обучающийся в результате освоения образовательной программы

Таблица 1.

№ п/п	Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения, соотнесенные с установленными в программе индикаторами достижения компетенции (дескрипторы)	Форма итоговой аттестации*
<b>Универсальные компетенции</b>				
1	УК-1 Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	<b>ИУК-1.1</b> Анализирует задачу, выделяя ее базовые составляющие <b>ИУК-1.2.</b> Демонстрирует знание особенностей системного и критического мышления и готовность к нему <b>ИУК-1.3.</b> Аргументированно формирует собственное суждение и оценку информации, принимает обоснованное решение	<b>Знать:</b> процедуры системного анализа, включающего методики проведения исследования и организацию процесса принятия решения; <b>Уметь:</b> анализировать проблемные ситуации на основе системного подхода и с применением критического мышления; <b>Владеть:</b> алгоритмом принятия решения; методами установления	- подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы (ВКР); - подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена.

		<b>ИУК-1.4.</b> Рассматривает и предлагает возможные варианты решения поставленной задачи, оценивая их достоинства и недостатки	причинно-следственных связей и определения наиболее значимых среди них; методиками постановки цели и определения способов ее достижения	
	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	<b>ИУК-2.1.</b> Формулирует в рамках поставленной цели совокупность взаимосвязанных задач, обеспечивающих ее достижение. <b>ИУК-2.2.</b> Определяет ресурсное обеспечение для достижения поставленной цели; <b>ИУК-2.3.</b> Выявляет правовые нормы, предъявляемые к способам решения профессиональных задач, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений <b>ИУК-2.4.</b> Выполняет задачи в рамках своей ответственности в соответствии с запланированными результатами, при необходимости корректирует способы решения задач	<b>Знать:</b> понятие и методологические основы принятия управленческого решения; <b>Уметь:</b> анализировать альтернативные варианты для достижения намеченных результатов; - разрабатывать план, определять целевые этапы и основные направления работ; <b>Владеть:</b> методиками разработки цели и задач проекта; методами оценки продолжительности и стоимости проекта, а также потребности ресурсах.	- подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы (ВКР);  - подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена.
	УК-3 Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	<b>ИУК-3.1.</b> Определяет свою роль в социальном взаимодействии и командной работе, исходя из знания социологии и социальной психологии, методов развития личности этических норм профессионального взаимодействия с коллективом <b>ИУК-3.2.</b> При реализации своей роли в социальном взаимодействии и командной работе учитывает особенности поведения и интересы других участников <b>ИУК-3.3.</b> Осуществляет обмен информацией, знаниями и опытом с членами команды; оценивает статусные позиции других членов команды для достижения поставленной цели <b>ИУК-3.4.</b> Соблюдает нормы и установленные правила внутригруппового взаимодействия; несет личную ответственность за результат	<b>Знать:</b> термины и основные понятия в области общего и кадрового менеджмента, принципы рационального делегирования полномочий, основы конфликтологии <b>Уметь:</b> делегировать и распределять трудовые обязанности в коллективе, применять нормативные правовые документы в сфере кадрового менеджмента для решения профессиональных задач <b>Владеть:</b> качествами, способствующими развитию их лидерских способностей, творческой активности, ответственности, приверженности этическим ценностям, толерантности.	- подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы (ВКР);  - подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена.
	УК-4 Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном(ых) и	<b>ИУК-4.1.</b> Выбирает на государственном и иностранном (-ых) языках коммуникативно приемлемые стиль делового	<b>Знать:</b> информационно-коммуникационные технологии при поиске необходимой информации в процессе решения	- подготовка к процедуре защиты и защита выпускной

	иностранным(ых) языке (ах)	<p>общения, вербальные и невербальные средства взаимодействия с партнерами.</p> <p><b>ИУК-4.2.</b> Свободно воспринимает, анализирует и критически оценивает устную и письменную деловую информацию на русском, родном и иностранном (-ых) языке (-ах);</p> <p><b>ИУК-4.3.</b> Соблюдает основы деловой коммуникации, нормы, правила и особенности ее осуществления в устной и письменной формах на русском и иностранном(-ых) языке(-ах).</p> <p><b>ИУК-4.4.</b> Демонстрирует умение выполнять перевод текстов с иностранного (-ых) на государственный язык, а также с государственного на иностранный (-ые) язык (-и).</p>	<p>стандартных коммуникативных задач на государственном и иностранном (-ых) языках.</p> <p><b>Уметь:</b> коммуникативно и культурно приемлемо вести устные деловые разговоры на государственном и иностранном (-ых) языках.</p> <p><b>Владеть:</b> навыками перевода академических текстов с иностранного (-ых) языка (-ов) на государственный язык.</p>	<p>квалификационной работы (ВКР);</p> <p>- подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена.</p>
	<p>УК-5 Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах</p>	<p><b>ИУК-5.1.</b> Выявляет и анализирует особенности межкультурного взаимодействия, обусловленные различием социально-исторических, философско-этических и социально-политических систем.</p> <p><b>ИУК-5.2.</b> Применяет основные категории исторической науки и социально-философского мировоззрения к анализу специфики различных культурных сообществ.</p> <p><b>ИУК-5.3.</b> Анализирует историю в контексте мирового исторического и культурного развития.</p> <p><b>ИПК-5.4.</b> Сопоставляет общее в исторических тенденциях с особенностями, связанными с природно-географическими, социально-экономическими, религиозно-культурными, социально-политическими, социально-демографическими, условиями той или иной страны</p>	<p><b>Знать:</b> основные принципы межкультурного взаимодействия, типы и формы коммуникации в малых и больших социальных группах; этические нормы при взаимодействии разных культур; ключевые философские категории и понятия, базовые законы исторического развития общества; принципы и методы межкультурной коммуникации; этапы исторического развития общества и ключевые трансформации культурных ценностей, факторы, влияющие на изменение ценностных ориентаций; современные подходы и концепции анализа общества, философские основания для понимания социальной структуры и процессов.</p> <p><b>Уметь:</b> выявлять задачи и цели межкультурного взаимодействия в рамках конкретной социальной группы; корректно строить коммуникацию с представителями разных культур; применять философские и исторические знания для объяснения социальных и культурных процессов; использовать межкультурные принципы при анализе социальных явлений; выявлять и анализировать изменения в системе ценностей</p>	<p>- подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы (ВКР);</p> <p>- подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена.</p>

			<p>общества; делать выводы о влиянии исторического контекста на культурное развитие; формулировать обоснованные выводы о современных социальных и культурных тенденциях на основе философских знаний.</p> <p><b>Владеть:</b> навыками анализа и оценки межкультурных ситуаций, использования эффективных методов коммуникации для достижения согласия и сотрудничества в малых группах; методами интерпретации и анализа философских концепций и исторических закономерностей; навыками критического анализа и интерпретации культурных изменений; умением систематизировать информацию о трансформации ценностей в разных исторических эпохах; навыками системного анализа общества с философской точки зрения; умением применять аналитические методы при изучении социальных процессов в профессиональной деятельности.</p>	
	<p>УК-6 Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни</p>	<p><b>ИУК-6.1.</b> Оценивает свои ресурсы и их пределы (личностные, ситуативные, временные и т.д.), для успешного выполнения порученной работы;</p> <p><b>ИУК-6.2.</b> Планирует перспективные цели собственной деятельности с учетом условий, средств, личностных возможностей и реализовывает намеченные цели деятельности с учетом условий, средств, личностных возможностей;</p> <p><b>ИУК-6.3.</b> Владеет навыком составления плана последовательных шагов для достижения поставленной цели.</p>	<p><b>Знать:</b> основные критерии оценки уровня саморазвития в различных сферах жизнедеятельности; принципы самовоспитания и самообразования с учетом требований рынка труда; основы планирования учебной и профессиональной деятельности с учетом психофизиологических особенностей; методы управления познавательной деятельностью и удовлетворения образовательных интересов; принципы определения приоритетов личностного и профессионального роста; особенности принятия и реализации организационных, включая управленческие, решений.</p> <p><b>Уметь:</b> оценивать собственный уровень саморазвития и выявлять области для совершенствования; применять принципы самовоспитания и самообразования для повышения профессиональной и личной</p>	<p>- подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы (ВКР);</p> <p>- подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена.</p>

			<p>компетентности; планировать собственные учебные и профессиональные работы с учетом индивидуальных особенностей; управлять своей познавательной деятельностью для эффективного удовлетворения образовательных потребностей; определять приоритеты личного и профессионального роста и строить индивидуальные образовательные траектории; принимать и реализовывать организационные и управленческие решения с учетом профессиональных целей;</p> <p><b>Владеть:</b> навыками самодиагностики и анализа своего уровня развития; методикой самовоспитания и самообразования для постоянного повышения квалификации; приемами планирования и организации собственной учебной и профессиональной деятельности; методами управления познавательной деятельностью и поддержания образовательной мотивации; инструментами построения личной образовательной траектории и контроля за ее выполнением; умениями принимать обоснованные организационные и управленческие решения в профессиональной практике;</p>	
	<p>УК-7 Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности</p>	<p><b>ИУК-7.1.</b> Понимает социально-гуманитарную ценностную роль физической культуры и спорта в развитии личности и подготовке к профессиональной деятельности;</p> <p><b>ИУК-7.2.</b> Применяет методы сохранения и укрепления физического здоровья и уметь использовать их для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности;</p> <p><b>ИУК-7.3.</b> Организует режим времени, приводящий к здоровому образу жизни;</p> <p><b>ИПК-7.4.</b> Использует творческие средства и методы физического воспитания для</p>	<p><b>Знать:</b> правила и методику составления комплексов гимнастики и общеразвивающих упражнений. Направленность профессионально-прикладной физической подготовки</p> <p><b>Уметь:</b> поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности и соблюдать нормы здорового образа жизни</p> <p><b>Владеть:</b> способностью выстраивать гибкую профессиональную траекторию, используя инструменты непрерывного образования, с учетом</p>	<p>- подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы (ВКР);</p> <p>- подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена.</p>

		<p>профессионально-личностного развития, физического самосовершенствования, формирования здорового образа и стиля жизни.</p>	<p>накопленного опыта профессиональной деятельности и динамично изменяющихся требований рынка труда</p>	
	<p>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 возникновении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов</p>	<p><b>ИУК-8.1.</b> Использует классификацию и источники чрезвычайных ситуаций природного и техногенного происхождения; причины, признаки и последствия опасностей, методы защиты в условиях чрезвычайных ситуаций, военных конфликтов; принципы организации безопасности труда на предприятии, технические средства защиты людей в условиях чрезвычайной ситуации, методы сохранения природной среды, факторы обеспечения устойчивого развития общества;</p> <p><b>ИУК-8.2.</b> Поддерживает безопасные условия жизнедеятельности; обеспечивать условия труда на рабочем месте; выявлять признаки, причины и условия возникновения чрезвычайных ситуаций; оценивать вероятность возникновения потенциальной опасности и принимать меры по ее предупреждению;</p> <p><b>ИУК-8.3.</b> Владеет методами прогнозирования возникновения опасных или чрезвычайных ситуаций; навыками по применению основных методов защиты в условиях чрезвычайных ситуаций.</p>	<p><b>Знать:</b> безопасные условия жизнедеятельности для сохранения природной среды, обеспечения устойчивого развития общества, в том числе при угрозе и возникновении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов</p> <p><b>Уметь:</b> 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.</p> <p><b>Владеть:</b> навыками создания в повседневной жизни и в профессиональной деятельности безопасных условий жизнедеятельности для сохранения природной среды, обеспечения устойчивого развития общества, в том числе при угрозе и возникновении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов</p>	<p>- подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы (ВКР);</p> <p>- подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена.</p>
	<p>УК-9 Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности</p>	<p><b>ИУК-9.1.</b> Применяет базовые принципы функционирования экономики и экономического развития, цели и формы участия государства в экономике, методы личного экономического и финансового планирования, основные финансовые инструменты, используемые для управления личными финансами (основы финансовой грамотности);</p> <p><b>ИУК-9.2.</b> Анализирует информацию для принятия обоснованных экономических решений, применяет экономические знания при выполнении практических задач;</p> <p><b>ИУК-9.3.</b> Использует основные положения и</p>	<p><b>Знать:</b> базовые принципы функционирования экономики и экономического развития, цели и формы участия государства в экономике, методы личного экономического и финансового планирования, основные финансовые инструменты, используемые для управления личными финансами</p> <p><b>Уметь:</b> анализировать информацию для принятия обоснованных экономических решений, применять экономические знания при выполнении практических задач.</p> <p><b>Владеть:</b> способностью использовать основные положения и методы экономических наук при</p>	<p>- подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы (ВКР);</p> <p>- подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена.</p>

		методы экономических наук при решении социальных и профессиональных задач.	решении социальных и профессиональных задач	
	УК-10 Способен формировать нетерпимое отношение к проявлениям экстремизма, терроризма, коррупционному поведению и противодействовать им в профессиональной деятельности	<b>ИУК-10.1.</b> Знает основные понятия и признаки экстремизма, терроризма, коррупции, направления противодействия экстремизму, терроризму, коррупции. <b>ИУК-10.2.</b> Выявляет и дает оценку проявлениям экстремизма, терроризма коррупционного поведения и содействует его пресечению. <b>ИУК-10.3.</b> Владеет навыками нетерпимого отношения к проявлениям экстремизма, терроризма, коррупционного поведения, с уважением относится к праву и закону.	<b>Знать:</b> действующие правовые нормы, обеспечивающие борьбу с экстремизмом, терроризмом, коррупцией в различных областях жизнедеятельности <b>Уметь:</b> применять анализ действующих правовых норм, обеспечивающих борьбу с экстремизмом, терроризмом, коррупцией в различных областях жизнедеятельности <b>Владеть:</b> навыками анализа действующих правовых норм, обеспечивающих борьбу с экстремизмом, терроризмом, коррупцией в различных областях жизнедеятельности, а также способы профилактики экстремизма, терроризма, коррупции и формирования нетерпимого отношения к их проявлениям	- подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы (ВКР); - подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена.
<b>Общепрофессиональные компетенции</b>				
	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	ИОПК-1.1. Создает медиатексты и коммуникационные продукты с учетом норм русского и иностранного языков и стилистических требований. ИОПК-1.2. Использует визуальные, аудиальные и мультимедийные знаковые системы при разработке медиапродуктов. ИОПК-1.3. Адаптирует коммуникационные продукты под требования целевых аудиторий и профессиональной медиасреды	<b>Знать:</b> основные виды медиатекстов, медиапродуктов и коммуникационных продуктов в сфере рекламы и связей с общественностью; особенности функционирования различных медиасегментов и медиаплатформ (традиционные СМИ, цифровые медиа, социальные сети, бренд-медиа и др.); жанровые и форматные особенности рекламных и PR-текстов; нормы современного русского языка и основы использования иностранного языка в профессиональной коммуникации; принципы построения эффективных коммуникационных сообщений с учётом целевой аудитории и задач коммуникации. <b>Уметь:</b> анализировать медиатексты, медиапродукты и коммуникационные продукты с точки зрения их жанровых, содержательных и платформенных особенностей; выявлять отличительные характеристики коммуникационных продуктов в различных медиасегментах; разрабатывать рекламные и	- подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы (ВКР); - подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена.

			<p>PR-тексты различных жанров и форматов; адаптировать коммуникационные материалы под цели, задачи и целевые аудитории; применять нормы русского и иностранного языка в процессе создания коммуникационных продуктов.</p> <p><b>Владеть:</b> навыками анализа и интерпретации медиатекстов и коммуникационных продуктов; навыками создания и редактирования рекламных и PR-материалов для различных медиаплатформ; базовыми приёмами медиапланирования и выбора формата коммуникационного продукта; навыками профессиональной письменной и устной коммуникации; инструментарием подготовки медиаконтента в рамках профессиональной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью.</p>	
	<p>ОПК-2 Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и(или) коммуникационных продуктах</p>	<p>ИОПК-2.1. Анализирует тенденции развития общественных и государственных институтов при подготовке медиаконтента.</p> <p>ИОПК-2.2. Отражает социально-политические и экономические процессы в медиатекстах и коммуникационных продуктах.</p> <p>ИОПК-2.3. Оценивает влияние институциональных изменений на коммуникационные стратегии и содержание медиапродуктов.</p>	<p><b>Знать:</b> систему общественных и государственных институтов Российской Федерации и зарубежных стран; функции, полномочия и механизмы функционирования общественных и государственных институтов; основные направления и тенденции развития общественных и государственных институтов; правовые и этические основы взаимодействия с органами государственной власти, общественными организациями и институтами гражданского общества; принципы социальной ответственности и профессиональной этики в сфере рекламы и связей с общественностью.</p> <p><b>Уметь:</b> анализировать деятельность общественных и государственных институтов в контексте коммуникационных задач; учитывать специфику функционирования общественных и государственных институтов при разработке</p>	<p>- подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы (ВКР);</p> <p>- подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена.</p>

			<p>рекламных и PR-коммуникаций; выстраивать профессиональное взаимодействие с представителями общественных и государственных институтов; готовить коммуникационные материалы, связанные с деятельностью общественных и государственных институтов, с соблюдением принципов достоверности и этичности; адаптировать коммуникационные сообщения с учётом общественной значимости и социальной ответственности.</p> <p><b>Владеть:</b> навыками анализа социально-политической и институциональной среды; приёмами учёта институциональных факторов при планировании и реализации коммуникационной деятельности; навыками профессионального делового и публичного общения в сфере рекламы и связей с общественностью; приёмами этически корректного взаимодействия с общественными и государственными институтами; навыками самоконтроля и оценки качества профессиональной коммуникации с точки зрения социальной ответственности.</p>	
	<p>ОПК-3 Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов</p>	<p>ИОПК-3.1. Использует культурно-исторические и художественные контексты при создании медиапродуктов</p> <p>ИОПК-3.2. Интегрирует элементы национальной и мировой культуры в коммуникационные стратегии и рекламные проекты</p> <p>ИОПК-3.3. Анализирует культурные коды и символы для повышения эффективности медиакоммуникаций</p>	<p><b>Знать:</b> основные направления отечественного и мирового культурного процесса и медиаконтекста; ключевые произведения культуры и медиапродукты, включая работы выдающихся рекламных и публицистических специалистов; методы анализа и интерпретации культурных и медиапродуктов, применимых в рекламе и PR; принципы художественной выразительности и стилистические приёмы, используемые в рекламных и коммуникационных материалах.</p> <p><b>Уметь:</b> анализировать культурные и медиапродукты для извлечения идей и инсайтов, применимых в рекламной и</p>	<p>- подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы (ВКР);</p> <p>- подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена.</p>

			<p>коммуникационной деятельности; создавать рекламные тексты, визуальные и мультимедийные материалы с использованием художественных средств и выразительных приёмов; адаптировать культурные и исторические контексты под цели коммуникационной кампании; интегрировать культурные знания в стратегию рекламной и PR-деятельности.</p> <p><b>Владеть:</b> навыками применения художественных и выразительных средств при создании рекламных материалов; методами критического анализа культурных и медиапродуктов; приёмами адаптации культурного контента для усиления коммуникационного воздействия; умением использовать культурный и медиаконтекст для повышения эффективности рекламных и PR-коммуникаций.</p>	
	<p>ОПК-4 Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности</p>	<p>ИОПК-4.1. Исследует информационные потребности целевых аудиторий и общественные запросы</p> <p>ИОПК-4.2. Разрабатывает коммуникационные продукты с учетом социального заказа и ожиданий аудитории</p> <p>ИОПК-4.3. Оценивает эффективность медиакommunikаций с позиции общественной значимости и пользовательского восприятия.</p>	<p><b>Знать:</b> методы сбора и анализа социологических, маркетинговых и поведенческих данных; основные характеристики и предпочтения различных целевых аудиторий; социальные, культурные и поведенческие особенности групп аудитории; принципы эффективной коммуникации с аудиторией в рекламной и PR-деятельности.</p> <p><b>Уметь:</b> анализировать данные о целевой аудитории и соотносить их с задачами рекламной и коммуникационной кампании; выявлять потребности общества и отдельных аудиторных групп для разработки рекламных материалов; адаптировать рекламные сообщения и коммуникационные стратегии под конкретные аудитории; использовать социологические и маркетинговые данные для оценки эффективности рекламных коммуникаций.</p> <p><b>Владеть:</b> навыками применения аналитических инструментов для изучения аудитории; приёмами сегментирования и</p>	<p>- подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы (ВКР);</p> <p>- подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена.</p>

			таргетирования аудитории; методами интеграции данных о предпочтениях аудитории в креативный процесс; умением оценивать соответствие рекламных материалов запросам и ожиданиям целевой аудитории.	
	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	ИОПК-5.1. Анализирует политические, экономические и правовые факторы функционирования медиакоммуникационных систем. ИОПК-5.2. Учитывает правовые и этические нормы при разработке коммуникационных и рекламных продуктов. ИОПК-5.3. Оценивает влияние глобальных и региональных медиатрендов на профессиональную коммуникационную деятельность.	<b>Знать:</b> совокупность политических, экономических, правовых и этических факторов, влияющих на медиакоммуникационные системы; принципы функционирования медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях; ограничения, правила и этические нормы, регулирующие работу медиапродуктов и коммуникаций; особенности целевой аудитории и требования к рекламным и PR-коммуникациям в различных медиасредах. <b>Уметь:</b> применять знания о факторах и механизмах функционирования медиакоммуникационных систем при планировании и реализации рекламных кампаний; адаптировать рекламные и коммуникационные сообщения под особенности конкретных медиасред и целевой аудитории; учитывать политические, правовые и этические нормы при создании медиапродуктов и коммуникаций; оценивать эффективность рекламных действий с учётом факторов медиакоммуникационной среды. <b>Владеть:</b> навыками анализа и мониторинга медиасред и медиакоммуникационных процессов; приёмами адаптации рекламного контента под различные медиасистемы; методами этически корректного и правомерного взаимодействия с медиасредой; навыками интеграции политических, экономических и культурных факторов в стратегию рекламной и PR-деятельности.	- подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы (ВКР); - подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена.
	ОПК-6 Способен понимать принципы работы современных	ИОПК-6.1. Использует цифровые технологии и программные средства для	<b>Знать:</b> виды технического оборудования, цифровых устройств и программного	- подготовка к процедуре защиты и защита

	<p>информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности</p>	<p>создания и распространения медиапродуктов ИОПК-6.2. Применяет инструменты анализа данных и цифровой аналитики в коммуникационной деятельности. ИОПК-6.3. Оценивает возможности и ограничения современных информационных технологий в рекламе и связях с общественностью.</p>	<p>обеспечения, применяемых в рекламной и PR-деятельности; принципы работы мультимедийных платформ, графических, видео- и аудиоредакторов; возможности и ограничения стационарных и мобильных цифровых устройств при создании рекламных материалов; требования к совместимости и безопасности используемых технических и программных средств  <b>Уметь:</b> подбирать и применять необходимое оборудование и программное обеспечение для разработки рекламных и коммуникационных продуктов; эксплуатировать стационарные и мобильные цифровые устройства на всех этапах создания рекламных и PR-материалов; адаптировать технологические средства под задачи конкретной рекламной кампании; оценивать эффективность и качество работы используемых инструментов и оборудования.  <b>Владеть:</b> навыками работы с мультимедийными платформами, графическими, видео- и аудиоредакторами; приёмами эффективного использования стационарных и мобильных устройств в профессиональной деятельности; методами интеграции цифровых инструментов в процесс создания рекламных материалов; умением самостоятельно осваивать новые технические и программные средства для повышения эффективности работы.</p>	<p>выпускной квалификационной работы (ВКР);  - подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена.</p>
	<p>ОПК-7 Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности</p>	<p>ИОПК-7.1. Оценивает социальные, культурные и этические последствия медиакоммуникаций и рекламных сообщений ИОПК-7.2. Соблюдает принципы профессиональной этики и социальной ответственности в коммуникационной деятельности. ИОПК-7.3. Анализирует влияние медиапродуктов на</p>	<p><b>Знать:</b> социальные, культурные и этические последствия медиакоммуникаций и рекламных сообщений; принципы профессиональной этики и социальной ответственности в коммуникационной деятельности; влияние медиапродуктов на общественное мнение, поведение аудитории и социальные процессы.</p>	<p>- подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы (ВКР);  - подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена.</p>

		общественное мнение, поведение аудитории и социальные процессы.	<p><b>Уметь:</b> оценивать социальные, культурные и этические последствия медиакommunikаций и рекламных сообщений; соблюдать принципы профессиональной этики и социальной ответственности при создании и распространении медиаконтента; анализировать влияние медиапродуктов на общественное мнение, поведение аудитории и социальные процессы.</p> <p><b>Владеть:</b> навыками критического анализа медиапродуктов с точки зрения их воздействия на общество; методами этичного и ответственного ведения коммуникационной деятельности; инструментами оценки и прогнозирования влияния медиапродуктов на аудиторию и социальные процессы;</p>	
<b>Профессиональные компетенции</b>				
<b>проектный тип задач профессиональной деятельности</b>				
	ПК-1 Способен разрабатывать и реализовывать рекламные и PR-проекты с учетом целей заказчика, особенностей целевой аудитории, ресурсов и этапов проектной деятельности.	ИПК-1.1. Формулирует цели, задачи и концепцию рекламного или PR-проекта. ИПК-1.2. Разрабатывает структуру проекта, этапы реализации и ресурсы. ИПК-1.3. Оценивает результаты проекта и корректирует проектные решения	<p><b>Знать:</b> цели, задачи и концепцию рекламного или PR-проекта; принципы построения структуры проекта, этапы его реализации и распределение ресурсов; методы оценки результатов проекта и корректировки проектных решений.</p> <p><b>Уметь:</b> формулировать цели, задачи и концепцию рекламного или PR-проекта; разрабатывать структуру проекта, планировать этапы реализации и распределять ресурсы; оценивать результаты проекта и вносить необходимые корректировки в проектные решения.</p> <p><b>Владеть:</b> навыками проектирования рекламных и PR-кампаний; инструментами планирования и организации этапов проекта; методами анализа эффективности проектов и принятия обоснованных корректирующих решений;</p>	- подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы (ВКР); - подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена.
<b>маркетинговый тип задач профессиональной деятельности</b>				
	ПК-2. Способен анализировать рынок, аудиторию и коммуникационную среду для обоснования маркетинговых и	ИПК-2.1. Проводит анализ рынка, аудитории и конкурентной среды. ИПК-2.2. Использует методы маркетинговых и социологических	<p><b>Знать:</b> основные принципы разработки и коррекции концепции СМИ</p> <p><b>Уметь:</b> планировать выпуск учебной газеты, учебной теле- или радиопередачи в</p>	- подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной

	рекламных решений.	исследований. ИПК-2.3. Обосновывает выбор маркетинговых и коммуникационных стратегий.	соответствии с актуальными текущими событиями; разработать проект создания имиджа телевизионного канала, радиостанции, печатного издания, сетевого СМИ <b>Владеть:</b> навыками верстки учебной газеты, учебной радио- и телепрограммы	работы (ВКР); - подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена.
<b>организационный тип задач профессиональной деятельности</b>				
	ПК-3 Способен организовывать и координировать деятельность подразделений и участников рекламной и PR-деятельности	ИПК-3.1. Планирует и организует работу рекламных и PR-подразделений. ИПК-3.2. Координирует взаимодействие с заказчиками, СМИ и партнерами. ИПК-3.3. Контролирует выполнение задач и оценивает эффективность работы.	<b>Знать:</b> принципы планирования и организации работы рекламных и PR-подразделений; методы координации взаимодействия с заказчиками, СМИ и партнерами; подходы к контролю выполнения задач и оценке эффективности работы. <b>Уметь:</b> планировать и организовывать работу рекламных и PR-подразделений; координировать взаимодействие с заказчиками, СМИ и партнерами; контролировать выполнение задач и оценивать эффективность работы подразделений. <b>Владеть:</b> навыками управления деятельностью рекламных и PR-подразделений; инструментами эффективной коммуникации и взаимодействия с заказчиками, СМИ и партнерами; методами анализа эффективности работы и принятия управленческих решений.	- подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы (ВКР); - подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена.
<b>социально-просветительский тип задач профессиональной деятельности</b>				
	ПК-4 Способен разрабатывать и реализовывать коммуникационные продукты, направленные на формирование общественного мнения, социальных ценностей и гражданской активности	ИПК-4.1. Разрабатывает социально ориентированные коммуникационные сообщения. ИПК-4.2. Учитывает этические, культурные и правовые нормы коммуникации. ИПК-4.3. Анализирует влияние коммуникаций на общественное мнение.	<b>Знать:</b> принципы разработки социально ориентированных коммуникационных сообщений; этические, культурные и правовые нормы коммуникации; влияние коммуникаций на общественное мнение. <b>Уметь:</b> разрабатывать социально ориентированные коммуникационные сообщения; учитывать этические, культурные и правовые нормы при подготовке коммуникационного контента; анализировать влияние коммуникаций на общественное мнение. <b>Владеть:</b> навыками создания коммуникационных	- подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы (ВКР); - подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена.

			материалов с социальной направленностью; методами обеспечения соответствия коммуникаций этическим, культурным и правовым стандартам; инструментами анализа и оценки воздействия коммуникаций на аудиторию;	
<b>технологический тип задач профессиональной деятельности</b>				
	ПК-5. Способен применять современные рекламные, цифровые и медиатехнологии при создании и распространении коммуникационных продуктов	ИПК-5.1. Использует цифровые и медиатехнологии в рекламной и PR-деятельности. ИПК-5.2. Разрабатывает медиапланы и контент для различных каналов коммуникации. ИПК-5.3. Оценивает эффективность применяемых технологий и каналов.	<b>Знать:</b> цифровые и медиатехнологии, применяемые в рекламной и PR-деятельности; методы разработки медиапланов и контента для различных каналов коммуникации; подходы к оценке эффективности технологий и каналов коммуникации. <b>Уметь:</b> использовать цифровые и медиатехнологии для реализации рекламных и PR-проектов; разрабатывать медиапланы и создавать контент для разных каналов коммуникации; оценивать эффективность применяемых технологий и каналов. <b>Владеть:</b> навыками работы с современными цифровыми и медиатехнологиями в профессиональной деятельности; инструментами проектирования медиапланов и контент-стратегий; методами анализа и оценки эффективности коммуникационных решений.	- подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы (ВКР); - подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена.

### 3. Описание показателей и критериев оценивания компетенций

Критерии и показатели оценки результатов сдачи государственного экзамена и защиты ВКР членами ГЭК представлены в таблице 2,3.

Для государственного экзамена:

Таблица 2.

Перечень компетенций	Показатели оценивания	Оценка
Универсальные, общепрофессиональные и профессиональные компетенции освоены в полном объеме.	Обучающийся глубоко, осмысленно, в полном объеме усвоил программный материал, излагает его на высоком научном уровне, способен к самостоятельному анализу и оценке проблемных ситуаций. Усвоил методологические основы (свободно владеет понятиями, определениями, терминами) в сфере профессиональной деятельности, умеет анализировать и выявлять его взаимосвязь с другими областями знаний. Умеет творчески применять теоретические знания при решении практических ситуаций. Показывает способность самостоятельно пополнять и обновлять знания в процессе повышения квалификации и профессиональной деятельности.	Оценка «отлично»

Компетенции в целом освоены, но не в полном объеме/ Большинство компетенций продемонстрированы, но часть – не в полной мере	Обучающейся в полной мере раскрыл материал, предусмотренный программой, изучил обязательную литературу. Владеет понятиями, определениями, терминами, методами исследования в сфере профессиональной деятельности, умеет установить взаимосвязь изученной дисциплины с другими областями знаний. Применяет теоретические знания на практике. Допустил незначительные неточности при изложении материала, не искажающие содержание ответа по существу вопроса.	Оценка «хорошо»
Компетенции освоены на базовом уровне/ Лишь часть заявленных компетенций демонстрируется в работе	Обучающийся владеет материалом в пределах программы, знает основные понятия и определения в сфере профессиональной деятельности, обладает достаточными знаниями для профессиональной деятельности, способен разобраться в конкретной практической ситуации.	Оценка «удовлетворительно».
Компетенции не сформированы или сформированы на недостаточном уровне/ Компетенции, заявленные в программе, не демонстрируются	Обучающийся показал пробелы в знании основного учебного материала, не может дать четких определений, понятий в сфере профессиональной деятельности, не может разобраться в конкретной практической ситуации, не обладает достаточными знаниями и практическими	Оценка «неудовлетворительно»

### Для защиты ВКР:

Таблица 3.

Перечень компетенций	Показатели оценивания	Критерии и шкалы оценивания
<p>Универсальные, общепрофессиональные и профессиональные компетенции освоены в полном объеме</p> <p>Компетенции в целом освоены, но не в полном объеме/ Большинство компетенций продемонстрированы, но часть – не в полной мере</p> <p>Компетенции освоены на базовом уровне/ Лишь часть заявленных компетенций</p>	<p>Содержание ВКР: актуальность, полнота раскрытия темы, научный аппарат ВКР, обоснованность, соответствие работы профилю направления подготовки, установленным методическим требованиям к оформлению работы выводов и рекомендаций, отражение в работе прохождения обучающимся практик</p>	<p>обучающийся продемонстрировал умение эффективно решать задачи, соответствующие квалификационной характеристике, высокий уровень практической и теоретической подготовленности, владеет профессиональными технологиями, разрабатывает новые подходы к решению профессиональных проблем; актуальность темы работы, широко использованы современные компьютерные технологии, высокая корректность использования методов и моделей, ВКР отличается оригинальностью и новизной полученных результатов, высокой практикой значимостью состояние вопроса оценено максимально подробно, практическая значимость работы – уровень оценки «отлично»;</p> <p>обучающийся продемонстрировал умение решать задачи, соответствующие квалификационной характеристике, устойчивый уровень практической и теоретической подготовленности, владеет основными профессиональными технологиями, использует новые подходы к решению профессиональных проблем – уровень оценки «хорошо»;</p> <p>обучающийся решает типовые задачи, соответствующие квалификационной характеристике, практически и теоретически подготовлен к исполнению поставленных задач, владеет отдельными</p>

<p>демонстрируется в работе</p> <p>Компетенции не сформированы или сформированы на недостаточном уровне/ Компетенции, заявленные в программе, не демонстрируются</p>		<p>профессиональными технологиями, использует типовые подходы к решению профессиональных проблем – уровень оценки «удовлетворительно»;</p> <p>обучающийся продемонстрировал низкий уровень умения решать задачи, соответствующие квалификационной характеристике, низкую практическую и теоретическую подготовленность, не владеет профессиональными технологиями, не готов использовать типовые подходы к решению профессиональных проблем - уровень оценки «неудовлетворительно»;</p> <p>выпускная квалификационная работа не представлена.</p>
<p>Универсальные, общепрофессиональные и профессиональные компетенции освоены в полном объеме</p> <p>Компетенции в целом освоены, но не в полном объеме/ Большинство компетенций продемонстрированы, но часть – не в полной мере</p> <p>Компетенции освоены на базовом уровне/ Лишь часть заявленных компетенций демонстрируется в работе</p>	<p>Защита ВКР: доклад обучающегося (в т.ч. наличие презентационного и раздаточного материала и т.д.), аргументированность ответа на вопросы членов ГЭК и замечания рецензента</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• доклад структурирован, раскрывает причины выбора темы и ее актуальность, цель, задачи, предмет, объект исследования, логику получения каждого вывода; в заключительной части доклада показаны перспективы и задачи дальнейшего исследования данной темы, освещены вопросы практического применения и внедрения результатов исследования в практику ВКР выполнена в соответствии с целевой установкой, отвечает предъявляемым требованиям и оформлена в соответствии со стандартом;</li> <li>представленный демонстрационный материал высокого качества в части оформления и полностью соответствует содержанию ВКР и доклада; ответы на вопросы членов ГЭК показывают глубокое знание исследуемой проблемы, подкрепляются ссылками на соответствующие литературные источники, выводами и расчетами из ВКР, демонстрируют самостоятельность и глубину изучения проблемы студентом; результат оценки уровня сформированности компетенций (в соответствии с оценочными листами руководителя, рецензента, членов ГЭК) составляет уровень оценки «отлично»;</li> <li>• доклад структурирован, допускаются одна-две неточности при раскрытии причин выбора и актуальности темы, цели, задач, предмета, объекта исследования, но эти неточности устраняются при ответах на дополнительные уточняющие вопросы. ВКР выполнена в соответствии с целевой установкой, отвечает предъявляемым требованиям и оформлена в соответствии со стандартом. представленный демонстрационный материал хорошего качества в части оформления и полностью соответствует содержанию ВКР и доклада; ответы на вопросы членов ГЭК показывают хорошее владение материалом, подкрепляются выводами и расчетами из ВКР, показывают самостоятельность и глубину изучения проблемы студентом; результат оценки уровня сформированности компетенций (в соответствии с оценочными</li> </ul>

<p>Компетенции не сформированы или сформированы на недостаточном уровне/ Компетенции, заявленные в программе, не демонстрируются</p>		<p>листами руководителя, рецензента, членов ГЭК) составляет уровень оценки «хорошо»;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• доклад структурирован, допускаются неточности при раскрытии причин выбора и актуальности темы, цели, задач, предмета, объекта исследования, но эти неточности устраняются в ответах на дополнительные вопросы; ВКР выполнена в соответствии с целевой установкой, но не в полной мере отвечает предъявляемым требованиям; представленный демонстрационный материал удовлетворительного качества в части оформления и в целом соответствует содержанию ВКР и доклада; ответы на вопросы членов ГЭК носят недостаточно полный и аргументированный характер, не раскрывают до конца сущности вопроса, слабо подкрепляются выводами и расчетами из ВКР, показывают недостаточную самостоятельность и глубину изучения проблемы студентом; результат оценки уровня сформированности компетенций (в соответствии с оценочными листами руководителя, рецензента, членов ГЭК) составляет уровень оценки «удовлетворительно»;</li> <li>• доклад недостаточно структурирован, допускаются существенные неточности при раскрытии причин выбора и актуальности темы, цели, задач, предмета, объекта исследования, эти неточности не устраняются в ответах на дополнительные вопросы; ВКР не отвечает предъявляемым требованиям; представленный демонстрационный материал низкого качества в части оформления и не соответствует содержанию ВКР и доклада; ответы на вопросы членов ГЭК носят неполный характер, не раскрывают сущности вопроса, не подкрепляются выводами и расчетами из ВКР, показывают недостаточную самостоятельность и глубину изучения проблемы студентом. результат оценки уровня сформированности компетенций (в соответствии с оценочными листами руководителя, рецензента, членов ГЭК) составляет уровень оценки «неудовлетворительно»;</li> <li>• защита ВКР не проведена, на заданные вопросы обучающихся не представил ответы.</li> </ul>
--	--	---

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

##### а. Перечень вопросов для подготовки к государственному экзамену по дисциплинам профиля

1. Понятие коммуникации и основные подходы к её изучению.
2. Структура коммуникационного процесса: элементы и их характеристика.
3. Коммуникация как социальное явление.

4. Модели коммуникации: линейная, интерактивная, транзакционная.
5. Вербальная и невербальная коммуникация: соотношение и роль.
6. Понятие сообщения и кода в коммуникации.
7. Коммуникационные барьеры и способы их преодоления.
8. Обратная связь в коммуникационном процессе.
9. Массовая коммуникация: сущность, признаки, функции.
10. Межличностная и групповая коммуникация: особенности и различия.
11. Коммуникация в профессиональной сфере рекламы и PR.
12. Коммуникатор и аудитория: их характеристики и взаимодействие.
13. Понятие целевой аудитории в коммуникации.
14. Социальные и культурные контексты коммуникации.
15. Коммуникация и общественное мнение.
16. Роль коммуникации в формировании имиджа и репутации.
17. Информационные потоки и их управление.
18. Понятие медиареальности и медиапространства.
19. Коммуникация в условиях цифровой среды.
20. Символы и знаки в коммуникации.
21. Семиотический подход к анализу коммуникации.
22. Коммуникация и манипуляция: границы и различия.
23. Убеждающая коммуникация и её механизмы.
24. Понятие дискурса и его роль в коммуникации.
25. Коммуникационные стратегии и тактики.
26. Понятие фрейминга в коммуникации.
27. Коммуникация как инструмент социального управления.
28. Этика коммуникационного взаимодействия.
29. Роль коммуникации в профессиональной деятельности специалиста по рекламе и PR.
30. Современные тенденции развития теории коммуникации
31. Реклама и PR в системе социальных коммуникаций: исторический аспект.
32. Истоки рекламы в древних цивилизациях.
33. Развитие рекламы в античном мире.
34. Реклама в Средние века.
35. Возникновение печатной рекламы в Европе.
36. Развитие рекламы в Новое время.
37. Формирование рекламной индустрии в XIX веке.
38. История рекламы в США.
39. Развитие рекламы в России в дореволюционный период.
40. Реклама в СССР: особенности и функции.
41. Этапы развития рекламы в Таджикистане в постсоветский период.
42. Возникновение и развитие связей с общественностью как профессии.
43. История PR в США и Европе.
44. Развитие PR в России.
45. Вклад Эдварда Бернейса в становление PR.
46. Эволюция целей и задач рекламы и PR.
47. Развитие рекламных и PR-агентств.
48. История брендинга и товарных знаков.
49. Влияние технического прогресса на развитие рекламы.
50. Телевидение и радио как этапы развития рекламных коммуникаций.
51. Интернет как новый этап развития рекламы и PR.
52. Социальная реклама: история и развитие.
53. Политическая реклама в историческом контексте.
54. Трансформация рекламы и PR в XXI веке.
55. Значение исторического опыта для современной рекламной и PR-деятельности.

56. Понятие и классификация рекламных технологий.
57. Основные этапы рекламной кампании.
58. Анализ рынка и целевой аудитории в рекламе.
59. Креативная стратегия в рекламе.
60. Медиапланирование: сущность и основные этапы.
61. Рекламные носители и их характеристика.
62. Технологии создания рекламного сообщения.
63. Понятие бренда и брендинговые технологии.
64. Позиционирование бренда.
65. Оценка эффективности рекламной кампании.
66. Понятие PR-технологий и их классификация.
67. Основные направления PR-деятельности.
68. Внутренние и внешние коммуникации организации.
69. Имидж и репутация: технологии формирования и управления.
70. Работа со средствами массовой информации.
71. Пресс-релиз как инструмент PR.
72. PR-мероприятия: виды и особенности организации.
73. Антикризисные PR-технологии.
74. Корпоративные коммуникации.
75. Социальные сети как инструмент рекламы и PR.
76. Контент-маркетинг в рекламе и PR.
77. Digital-реклама: формы и особенности.
78. Influencer-маркетинг.
79. Событийный маркетинг (event-marketing).
80. Политические PR-технологии.
81. Социальные PR-проекты.
82. Технологии формирования лояльности аудитории.
83. Коммуникационные кампании в интернете.
84. Нативная реклама.
85. Интегрированные маркетинговые коммуникации.
86. Спонсорство и фандрайзинг как PR-технологии.
87. Работа с общественным мнением.
88. Исследовательские методы в рекламе и PR.
89. Оценка эффективности PR-деятельности.
90. Современные тенденции развития рекламных и PR-технологий.
91. Профессиональные компетенции специалиста по рекламе и PR.
92. Роль технологий рекламы и PR в управлении организацией.
93. Креатив и технологии в рекламной и PR-деятельности.
94. Правовое регулирование рекламной и PR-деятельности.
95. Инновации в рекламе и связях с общественностью.
96. Понятие профессиональной этики в рекламе и PR.
97. Этические принципы коммуникационной деятельности.
98. Социальная ответственность рекламы и PR.
99. Манипуляция и убеждение: этические границы.
100. Этика взаимодействия с целевой аудиторией.
101. Этические аспекты работы со СМИ.
102. Проблема достоверности информации в рекламе и PR.
103. Этические нормы в цифровых коммуникациях.
104. Конфликт интересов в рекламной и PR-деятельности.
105. Этические кодексы в рекламе и PR.
106. Международные этические стандарты коммуникаций.
107. Профессиональная ответственность специалиста по рекламе и PR.

108. Этические проблемы скрытой рекламы.
109. Социальная и политическая реклама: этические аспекты.
110. Этика использования персональных данных.
111. Этические аспекты брендинга.
112. Гендерные и культурные стереотипы в рекламе.
113. Этика визуальной коммуникации.
114. Корпоративная этика и корпоративная культура.
115. Этика кризисных коммуникаций.
116. Этические аспекты PR-кампаний.
117. Саморегулирование в сфере рекламы и PR.
118. Роль этики в формировании доверия к бренду.
119. Профессиональная репутация специалиста по рекламе и PR.
120. Значение этики коммуникаций в современном обществе.

#### **б. Тематика выпускных квалификационных работ**

1. Роль рекламы и связей с общественностью в формировании имиджа Республики Таджикистан на международной арене.
2. Особенности развития рекламного рынка в Республике Таджикистан на современном этапе.
3. PR-деятельность государственных органов в Республике Таджикистан: анализ и перспективы развития.
4. Формирование имиджа государственных учреждений в условиях цифровизации (на примере Таджикистана).
5. Коммуникационные стратегии продвижения национальных брендов Таджикистана.
6. Роль социальной рекламы в решении актуальных социальных проблем Республики Таджикистан.
7. Развитие digital-рекламы и PR в Таджикистане: особенности и тенденции.
8. Использование социальных сетей в рекламной и PR-деятельности таджикских организаций.
9. PR-коммуникации в сфере туризма Республики Таджикистан.
10. Формирование туристического имиджа Таджикистана средствами рекламы и PR.
11. Корпоративные коммуникации в таджикских коммерческих организациях.
12. Антикризисные PR-коммуникации в условиях социально-экономических изменений в Таджикистане.
13. Этика рекламных и PR-коммуникаций в таджикском обществе.
14. Национальные культурные ценности в рекламных коммуникациях Таджикистана.
15. Влияние традиций и менталитета на рекламные коммуникации в Таджикистане.
16. Социальные сети как инструмент формирования общественного мнения в Таджикистане.
17. Роль СМИ в системе PR-коммуникаций Республики Таджикистан.
18. Особенности медиапространства Таджикистана и его влияние на рекламную деятельность.
19. Формирование бренда города или региона Республики Таджикистан средствами PR.
20. Event-маркетинг в системе продвижения культурных мероприятий Таджикистана.
21. Политические коммуникации и PR в Республике Таджикистан.
22. Социальная ответственность бизнеса в Таджикистане: роль рекламы и PR.
23. Коммуникационные технологии в деятельности образовательных учреждений Таджикистана.
24. Рекламные и PR-коммуникации в банковском и финансовом секторе Таджикистана.
25. Продвижение малого и среднего бизнеса в Таджикистане средствами рекламы и PR.
26. Имидж руководителя организации в таджикской деловой культуре.

27. PR-коммуникации некоммерческих организаций в Республике Таджикистан.
28. Особенности кризисных коммуникаций в государственных и коммерческих структурах Таджикистана.
29. Использование национальной символики в рекламе и PR Республики Таджикистан.
30. Перспективы развития рекламной и PR-деятельности в Республике Таджикистан.

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

Требования к организации подготовки и порядку проведения государственной итоговой аттестации обучающихся по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата/специалитета/магистратуры всех форм обучения в РТСУ установлены Положением о государственной итоговой аттестации выпускников, Программой ГИА по направлению, методическими рекомендациями по написанию и защите ВКР, разработанной выпускающей кафедрой.

### **6. Государственный экзамен, защита выпускной квалификационной работы**

Государственный экзамен и выпускная квалификационная работа (ВКР) демонстрирует уровень подготовленности выпускника к самостоятельной профессиональной деятельности.

Оценка госэкзамена и защиты ВКР обучающимися устанавливается на заседании ГЭК. В оценочную ведомость ГЭК по результатам госэкзамена и защиты ВКР вносятся оценки, рекомендуемые каждым из членов ГЭК. Окончательная оценка ВКР по итогам защиты обучающегося определяется большинством голосов членов ГЭК, с учетом оценок, рекомендованных научным руководителем ВКР и рецензентом.

При определении оценки члены ГЭК руководствуются установленными критериями оценки защиты госэкзамена и ВКР. По итогам госэкзамена и защиты ВКР обучающемуся выставляется оценка «отлично», «хорошо», «удовлетворительно» или «неудовлетворительно».

Результаты госэкзамена и защиты ВКР фиксируются в протоколе заседания государственной экзаменационной комиссии.

Оценки «отлично», «хорошо», «удовлетворительно» означают успешное прохождение государственной итоговой аттестации и свидетельствуют об уровне сформированности компетенций выпускника образовательной программы.