Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение высшего образования
«ФИНАНСОВЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ПРИ ПРАВИТЕЛЬСТВЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»
(Финансовый университет)

Ярославский филиал Финуниверситета

Кафедра «Государственное и муниципальное управление и медиакоммуникации»

СОГЛАСОВАНО
Генеральный директор АО
«Городской телеканал»

_____ С.Н. Гончаров

«11» июня 2024 г.

УТВЕРЖДЕНО
Директор Ярославского филиала
Финансового университета при
Правительстве Российской Федерации

_____ В.А. Кваша

«18» июня 2024 г.

Авторы: И.В. Шустина, Т.Б. Колышкина

ПРОГРАММА ГОСУДАРСТВЕННОГО ЭКЗАМЕНА

для студентов, обучающихся по направлению подготовки
42.04.05 «Медиакоммуникации»,
направленность программы «Проектная деятельность в медиакоммуникациях»
(заочная форма обучения)

Рекомендовано Ученым советом Ярославского филиала Финуниверситета (протокол № 14 от 18.06.2024)
Одобрено кафедрой «Государственное и муниципальное управление и медиакоммуникации» (протокол № 11 от 11.06.2024)

Ярославль 2024

Содержание

1. Перечень вопросов, выносимых на государственный экзамен. Перечень рекомендуемой литературы для подготовки к государственному экзамену.... 3
2. Примеры практико-ориентированных заданий 15
3. Рекомендации обучающимся по подготовке к государственному экзамену
..... 19
4. Критерии оценки результатов сдачи государственных экзаменов..... 20

1. Перечень вопросов, выносимых на государственный экзамен. Перечень рекомендуемой литературы для подготовки к государственному экзамену

1.1. Вопросы на основе содержания общепрофессиональных дисциплин направления подготовки

1. Социальная система, ее структура и свойства. Подходы к определению понятия общество
2. Информационная подсистема общества. Информационное взаимодействие.
3. Информационное поле. Информационное пространство.
4. Социальная информация, ее сущность и функции.
5. Социальная коммуникация: содержание понятия, типы, виды и формы.
6. Модели коммуникации: линейные, интерактивные, семиотические.
7. Типология барьеров (помех), возникающих в процессе коммуникации.
8. Массовая коммуникация как система: структура и функции. Модель мультишагового потока информации, диффузная теория, спираль умолчания.
9. Реклама в системе массовой коммуникации.
10. Паблик рилейшинз в системе массовой коммуникации.
11. Средства массовой информации. Структура системы СМИ. Социальные функции СМИ. Мотивы использования СМИ аудиторией.
12. Информационная составляющая системы СМИ: информационные агентства.
13. Феномен медиавоздействия. Социально-когнитивная теория, теория культивации, эффект прайминга, теория использования и удовлетворения, установление приоритетности новостей.
14. Типологические особенности и возможности охвата целевых аудитории: телевидение.
15. Типологические особенности целевых аудиторий: радио.
16. Типологические особенности целевых аудиторий: печатные СМИ.
17. Типологические особенности и возможности охвата целевых аудиторий: интернет.
18. СМИ как медиа-политическая система. Описание медиасистемы России.
19. Социологическое исследование звеньев коммуникативного процесса.
20. Формы частного владения средствами массовой информации. Регламентирующая деятельность государства
21. Рост корпоративного владения медиа и его последствия.
22. Современные медиа и политическая социализация, политические ценности и поведение

23. Проблема влияния экранного насилия на агрессивное поведение.
24. Непреднамеренные и преднамеренные эффекты массовой коммуникации.
25. Контент-анализа как качественно-количественный инструмент изучения содержания массмедиа

Перечень основной и дополнительной учебной литературы, нормативных актов, ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых при подготовке к государственному экзамену.

Основная литература:

1. Афанасьев, В. В. Методология и методы научного исследования : учебное пособие для вузов / В. В. Афанасьев, О. В. Грибкова, Л. И. Уколова. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 154 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-02890-4. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: http://biblio-online.ru/bcode/453479
2. Бузин, В.Н. Медиапланирование. Теория и практика: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Реклама», «Маркетинг», «Психология», «Социология», «Журналистика» / В.Н. Бузин, Т.С. Бузина. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. - 495 с. - ISBN 978-5-238-01769-3. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1028523
3. Вартанова, Е. Л. Основы медиабизнеса : учебник дпя студентов вузов / под ред. Е.Л. Вартановой. — Москва : Аспект Пресс, 2014. — 400 с. — (Учебник нового поколения). - ISBN 978-5-7567-0724-3. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1038942
4. Виханский, О. С. Менеджмент : учебник / О. С. Виханский, А. И. Наумов. - 6-е изд., перераб. и доп. - Москва : Магистр : ИНФРА-М, 2021. - 656 с. - ISBN 978-5-9776-0320-1. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1192203
5. Гавра, Д. П. Основы теории коммуникации : учебник для академического бакалавриата / Д. П. Гавра. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 231 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). (Юрайт. Электронный ресурс https://biblio-online.ru)
6. Гулевич, О. А. Психология массовой коммуникации: от газет до интернета : учебник для вузов / О. А. Гулевич. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 264 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12406-4. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: http://biblio-online.ru/bcode/457242
7. Емельянова, И. Н. Основы научной деятельности студента. Магистерская диссертация : учебное пособие для вузов / И. Н. Емельянова. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 115 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-09444-2. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: http://biblio-online.ru/bcode/455367
8. Ерофеева, И. В. Психология медиатекста : учебник и практикум для вузов / И. В. Ерофеева. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство

Юрайт, 2020. — 206 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12958-8. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: http://biblio-online.ru/bcode/448642

9. Зельдович, Б. З. Медиаменеджмент : учебник для вузов / Б. З. Зельдович. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 293 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11729-5. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: http://biblio-online.ru/bcode/457060

10. Иваницкий, В. Л. Основы бизнес-моделирования СМИ : учебное пособие для вузов / В. Л. Иваницкий. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 239 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08351-4. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: http://biblio-online.ru/bcode/451640

11. Карасев, А. П. Маркетинговые исследования и ситуационный анализ : учебник и практикум для вузов / А. П. Карасев. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 315 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-05189-6. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: http://biblio-online.ru/bcode/450531

12. Касьянов, В. В. Социология массовой коммуникации : учебник для вузов / В. В. Касьянов. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 221 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-09602-6. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: http://biblio-online.ru/bcode/453915

13. Колышкина, Т. Б. Анализ рекламного текста : учебное пособие для вузов / Т. Б. Колышкина, Е. В. Маркова, И. В. Шустина. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 305 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14014-9. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: http://biblio-online.ru/bcode/467471

14. Колышкина, Т. Б. Проектирование и оценка рекламного образа : учебное пособие для вузов / Т. Б. Колышкина, Е. В. Маркова, И. В. Шустина. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 262 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-10041-9. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: http://biblio-online.ru/bcode/429158

15. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности : учебник и практикум для академического бакалавриата / С. В. Карпова [и др.] ; под общей редакцией С. В. Карповой, С. В. Мхитарян. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 404 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-9070-6. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: http://biblio-online.ru/bcode/433737

16. Маркетинг : учебник и практикум для вузов / Л. А. Данченок [и др.] ; под редакцией Л. А. Данченок. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 486 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-01560-7. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: http://biblio-online.ru/bcode/450037

17. Маркетинговые исследования: теория и практика : учебник для прикладного бакалавриата / С. П. Азарова [и др.] ; под общей редакцией О. Н. Жильцовой. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 314 с. — (Бакалавр.

Академический курс). — ISBN 978-5-9916-3285-0. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: http://biblio-online.ru/bcode/425984

18. Медиасистема России : учебник / Е. Л. Вартанова, А. В. Вырковский, А. В. Вырковский [и др.] ; под. ред. Е.Л. Вартановой. - 2-е изд., испр. и доп. - Москва : Издательство «Аспект Пресс», 2021. - 424 с. - ISBN 978-5-7567-1103-5. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1241353

19. Основы теории коммуникации : учебник и практикум для вузов / Т. Д. Венедиктова [и др.] ; под редакцией Т. Д. Венедиктовой, Д. Б. Гудкова. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 193 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00242-3. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: http://biblio-online.ru/bcode/450965

20. Руденко, А. М. Психология массовых коммуникаций : учебник / А. М. Руденко, А. В. Литвинова ; под ред. А. М. Руденко. — Москва : РИОР : ИНФРА-М, 2020. — 303 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). - ISBN 978-5-369-01663-3. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1048186

21. Сачук, Т. В. Территориальный маркетинг: теория и практика : учебник / Т.В. Сачук. — Москва : ИНФРА-М, 2019. — 583 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — www.dx.doi.org/10.12737/24423. - ISBN 978-5-16-012156-7. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1031499

22. Федотова, Л. Н. Социология массовых коммуникаций. Теория и практика : учебник для бакалавров / Л. Н. Федотова. — 5-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 603 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-3195-2. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: http://biblio-online.ru/bcode/425831

23. Хренов, Н. А. Теория аудитории медиа: публика в истории культуры : учебное пособие для вузов / Н. А. Хренов. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 411 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14223-5. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: http://biblio-online.ru/bcode/468080

24. Яковлев, Г. А. Коммерция в средствах массовой информации : учебное пособие / Г. А. Яковлев. — Москва : ИНФРА-М, 2021. — 143 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). - ISBN 978-5-16-013505-2. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1222614

Дополнительная литература

1. Алексеева, М. И. Средства массовой информации России : учеб. пособие для студентов вузов / М.И. Алексеева [и др.] ; под ред. Я.Н. Засурского. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Аспект Пресс, 2011. — 391 с. - ISBN 978-5-7567-0594-2. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1038966

2. Беляевский, И. К. Маркетинговое исследование: информация, анализ, прогноз : учебное пособие / И. К. Беляевский. - 2-е изд., перераб. и доп.

- Москва : КУРС : ИНФРА-М, 2020. - 392 с. - ISBN 978-5-905554-08-7. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1054208

3. Богомолова, Н.Н. Социальная психология массовой коммуникации : учеб. пособие для студентов вузов / Н.Н. Богомолова. — Москва : Аспект Пресс, 2010. — 191 с. - ISBN 978-5-7567-0513-3. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1039495

4. Годин, А. М. Брендинг: Учебное пособие / Годин А.М., - 3-е изд., перераб. и доп. - Москва :Дашков и К, 2016. - 184 с. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/329358

5. Демина, Л. А. Теория и практика аргументации : учебное пособие / Л. А. Демина. — Москва : Норма : ИНФРА-М, 2020. — 272 с. - ISBN 978-5-91768-529-8. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1055180

6. Домнин, В. Н. Брендинг : учебник и практикум для вузов / В. Н. Домнин. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 493 с. — (Высшее образование). —Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: http://biblio-online.ru/bcode/466112

7. Зелинский, С. А. Манипулирование личностью и массами. Манипулятивные технологии власти при атаке на подсознание индивида и масс : монография / С. А. Зелинский. - 2-е изд. - Санкт-Петербург : Издательско-Торговый Дом «СКИФИЯ», 2018. - 240 с. - ISBN 978-5-903463-16-9. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1095195

8. Ирхин, Ю. В. Политическая культура в 2 ч. Часть 1. Запад и Россия : учебное пособие для вузов / Ю. В. Ирхин. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 316 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08493-1. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: http://biblio-online.ru/bcode/452077

9. Ирхин, Ю. В. Политическая культура в 2 ч. Часть 2. Страны Востока : учебное пособие для вузов / Ю. В. Ирхин. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 249 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08495-5. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: http://biblio-online.ru/bcode/453820

10. Лебон, Г. Психология масс / Г. Лебон ; переводчик Э. К. Пименова, А. Фридман. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 264 с. — (Антология мысли). — ISBN 978-5-534-09319-3. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: http://biblio-online.ru/bcode/456133

11. Мокий, М. С. Методология научных исследований : учебник для вузов / М. С. Мокий, А. Л. Никифоров, В. С. Мокий ; под редакцией М. С. Мокия. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 254 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13313-4. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: http://biblio-online.ru/bcode/457487

12. Мясоедов, С. П. Кросс-культурный менеджмент : учебник для вузов / С. П. Мясоедов, Л. Г. Борисова. — 3-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 314 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-02314-5. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: http://biblio-

online.ru/bcode/450156

13. Позднякова, Е. А. Авторское право : учебник и практикум для вузов / Е. А. Позднякова. — 3-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 238 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13638-8. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: http://biblio-online.ru/bcode/466156

14. Селезнева, Л. В. Подготовка рекламного и PR-текста : учебное пособие для вузов / Л. В. Селезнева. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 159 с. — (Высшее образование). // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: http://biblio-online.ru/bcode/453912

15. Синяева, И. М. Реклама и связи с общественностью : учебник для бакалавров / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, Д. А. Жильцов. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 552 с. — (Бакалавр. Академический курс). // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: http://biblio-online.ru/bcode/466182

16. Федотова, Л. Н. Реклама: теория и практика : учебник для вузов / Л. Н. Федотова. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 391 с. — (Высшее образование). // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: http://biblio-online.ru/bcode/450406

17. Шарков, Ф. И. Коммуникология: основы теории коммуникации : учебник для бакалавров / Ф. И. Шарков. — 5-е изд., стер. — Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2020. - 488 с. - ISBN 978-5-394-03544-9. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1093511

Нормативные акты:

1. Конституция Российской Федерации (принята всенародным голосованием 12.12.1993 с изменениями, одобренными в ходе общероссийского голосования 01.07.2020).

2. О средствах массовой информации: Закон РФ от 27.12.1991 N

3. О противодействии экстремистской деятельности: Закон РФ от 25 июля 2002 года № 114-ФЗ;

4. О рекламе: Закон РФ № 18-ФЗ от 22.02.2006.

5. О защите прав потребителей от недобросовестной рекламы: Указ Президента РФ от 10 июня 1994 г. № 1183.

6. О защите прав потребителей: Закон РФ в ред. 1996 г.

7. Порядок рассмотрения дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе: Зарегистрирован в Министерстве юстиции РФ 21 ноября 1995 г. Регистрационный № 985.

8. Международный кодекс рекламной практики – Париж: SOVERO (Международная торговая палата), 1987 г.

9. Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях от 30.12.2001 N 195-ФЗ.

1.2. Вопросы на основе содержания дисциплин направленности программы магистратуры

1. Медиапланирование в коммуникативной деятельности: содержание понятия, цели, этапы.
2. Влияние маркетинговых характеристик товара/услуги на процесс медиапланирования.
3. Анализ целевой аудитории в процессе медиапланирования. Ее основные характеристики и принципы сегментирования.
4. Основные эффекты рекламной коммуникации.
5. Стратегия и тактика использования средств рекламы: выбор СМИ на основе целей коммуникации (формирование осведомленности).
6. Стратегия и тактика использования средств рекламы: выбор СМИ на основе целей коммуникации (формирование отношения).
7. Параметры медиапланирования, характеризующие СМИ с точки зрения восприятия его аудиторией.
8. Производные показатели медиапланирования, характеризующие информационную кампанию.
9. Параметры медиапланирования, характеризующие кампанию с точки зрения интенсивности информационного воздействия.
10. Понятие минимально эффективной частоты контакта (МЭЧ). Формула расчета МЭЧ.
11. Стратегия использования СМИ: выбор схем охвата для новых товаров.
12. Стратегия использования СМИ: выбор схем охвата для существующих товаров. Модели рекламных кампаний
13. Медиаплан и его структура. Принципы оптимизации медиаплана
14. Медиаисследования: содержание понятия, объект и предмет. Классификация медиаисследований.
15. Выборка в медиаисследованиях. Принципы обеспечения репрезентативности данных
16. Технологии проведения количественных медиаисследований.
17. Технологии проведения качественных медиаисследований
18. Специфика планирования размещения информационных материалов в различных СМИ, медиабаинг (Пресса)
19. Специфика планирования размещения информационных материалов в различных СМИ, медиабаинг (Интернет).
20. Специфика планирования размещения информационных материалов в различных СМИ, медиабаинг (Радио)
21. Специфика планирования размещения информационных материалов в различных СМИ, медиабаинг (Телевидение).
22. Оценка эффективности медиаплана (предварительное тестирование, параллельное тестирование, тестирование постфактум).
23. Косскультурные аспекты в современной медиакоммуникации
24. Жанровые разновидности медиатетстов, их композиционные и языковые особенности
25. Основные принципы взаимодействия PR-отдела со СМИ/

Перечень основной и дополнительной учебной литературы, нормативных актов, ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых при подготовке к государственному экзамену.

Основная литература:

25. Афанасьев, В. В. Методология и методы научного исследования : учебное пособие для вузов / В. В. Афанасьев, О. В. Грибкова, Л. И. Уколова. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 154 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-02890-4. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: http://biblio-online.ru/bcode/453479

26. Бузин, В.Н. Медиапланирование. Теория и практика: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Реклама», «Маркетинг», «Психология», «Социология», «Журналистика» / В.Н. Бузин, Т.С. Бузина. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. - 495 с. - ISBN 978-5-238-01769-3. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1028523

27. Вартанова, Е. Л. Основы медиабизнеса : учебник дпя студентов вузов / под ред. Е.Л. Вартановой. — Москва : Аспект Пресс, 2014. — 400 с. — (Учебник нового поколения). - ISBN 978-5-7567-0724-3. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1038942

28. Виханский, О. С. Менеджмент : учебник / О. С. Виханский, А. И. Наумов. - 6-е изд., перераб. и доп. - Москва : Магистр : ИНФРА-М, 2021. - 656 с. - ISBN 978-5-9776-0320-1. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1192203

29. Гавра, Д. П. Основы теории коммуникации : учебник для академического бакалавриата / Д. П. Гавра. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 231 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). (Юрайт. Электронный ресурс https://biblio-online.ru)

30. Гулевич, О. А. Психология массовой коммуникации: от газет до интернета : учебник для вузов / О. А. Гулевич. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 264 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12406-4. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: http://biblio-online.ru/bcode/457242

31. Емельянова, И. Н. Основы научной деятельности студента. Магистерская диссертация : учебное пособие для вузов / И. Н. Емельянова. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 115 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-09444-2. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: http://biblio-online.ru/bcode/455367

32. Ерофеева, И. В. Психология медиатекста : учебник и практикум для вузов / И. В. Ерофеева. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 206 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12958-8. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: http://biblio-online.ru/bcode/448642

33. Зельдович, Б. З. Медиаменеджмент : учебник для вузов / Б. З. Зельдович. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. —

293 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11729-5. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: http://biblio-online.ru/bcode/457060

34. Иваницкий, В. Л. Основы бизнес-моделирования СМИ : учебное пособие для вузов / В. Л. Иваницкий. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 239 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08351-4. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: http://biblio-online.ru/bcode/451640

35. Карасев, А. П. Маркетинговые исследования и ситуационный анализ : учебник и практикум для вузов / А. П. Карасев. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 315 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-05189-6. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: http://biblio-online.ru/bcode/450531

36. Касьянов, В. В. Социология массовой коммуникации : учебник для вузов / В. В. Касьянов. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 221 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-09602-6. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: http://biblio-online.ru/bcode/453915

37. Колышкина, Т. Б. Анализ рекламного текста : учебное пособие для вузов / Т. Б. Колышкина, Е. В. Маркова, И. В. Шустина. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 305 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14014-9. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: http://biblio-online.ru/bcode/467471

38. Колышкина, Т. Б. Проектирование и оценка рекламного образа : учебное пособие для вузов / Т. Б. Колышкина, Е. В. Маркова, И. В. Шустина. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 262 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-10041-9. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: http://biblio-online.ru/bcode/429158

39. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности : учебник и практикум для академического бакалавриата / С. В. Карпова [и др.] ; под общей редакцией С. В. Карповой, С. В. Мхитарян. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 404 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-9070-6. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: http://biblio-online.ru/bcode/433737

40. Маркетинг : учебник и практикум для вузов / Л. А. Данченок [и др.] ; под редакцией Л. А. Данченок. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 486 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-01560-7. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: http://biblio-online.ru/bcode/450037

41. Маркетинговые исследования: теория и практика : учебник для прикладного бакалавриата / С. П. Азарова [и др.] ; под общей редакцией О. Н. Жильцовой. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 314 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-3285-0. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: http://biblio-online.ru/bcode/425984

42. Медиасистема России : учебник / Е. Л. Вартанова, А. В. Вырковский, А. В. Вырковский [и др.] ; под. ред. Е.Л. Вартановой. - 2-е изд., испр. и доп. - Москва : Издательство «Аспект Пресс», 2021. - 424 с. - ISBN 978-

5-7567-1103-5. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1241353

43. Основы теории коммуникации : учебник и практикум для вузов / Т. Д. Венедиктова [и др.] ; под редакцией Т. Д. Венедиктовой, Д. Б. Гудкова. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 193 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00242-3. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: http://biblio-online.ru/bcode/450965

44. Руденко, А. М. Психология массовых коммуникаций : учебник / А. М. Руденко, А. В. Литвинова ; под ред. А. М. Руденко. — Москва : РИОР : ИНФРА-М, 2020. — 303 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). - ISBN 978-5-369-01663-3. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1048186

45. Сачук, Т. В. Территориальный маркетинг: теория и практика : учебник / Т.В. Сачук. — Москва : ИНФРА-М, 2019. — 583 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — www.dx.doi.org/10.12737/24423. - ISBN 978-5-16-012156-7. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1031499

46. Федотова, Л. Н. Социология массовых коммуникаций. Теория и практика : учебник для бакалавров / Л. Н. Федотова. — 5-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 603 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-3195-2. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: http://biblio-online.ru/bcode/425831

47. Хренов, Н. А. Теория аудитории медиа: публика в истории культуры : учебное пособие для вузов / Н. А. Хренов. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 411 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14223-5. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: http://biblio-online.ru/bcode/468080

48. Яковлев, Г. А. Коммерция в средствах массовой информации : учебное пособие / Г. А. Яковлев. — Москва : ИНФРА-М, 2021. — 143 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). - ISBN 978-5-16-013505-2. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1222614

Дополнительная литература

18. Алексеева, М. И. Средства массовой информации России : учеб. пособие для студентов вузов / М.И. Алексеева [и др.] ; под ред. Я.Н. Засурского. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Аспект Пресс, 2011. — 391 с. - ISBN 978-5-7567-0594-2. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1038966

19. Беляевский, И. К. Маркетинговое исследование: информация, анализ, прогноз : учебное пособие / И. К. Беляевский. - 2-е изд., перераб. и доп. - Москва : КУРС : ИНФРА-М, 2020. - 392 с. - ISBN 978-5-905554-08-7. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1054208

20. Богомолова, Н.Н. Социальная психология массовой коммуникации : учеб. пособие для студентов вузов / Н.Н. Богомолова. — Москва : Аспект Пресс, 2010. — 191 с. - ISBN 978-5-7567-0513-3. - Текст :

электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1039495

21. Годин, А. М. Брендинг: Учебное пособие / Годин А.М., - 3-е изд., перераб. и доп. - Москва :Дашков и К, 2016. - 184 с. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/329358

22. Демина, Л. А. Теория и практика аргументации : учебное пособие / Л. А. Демина. — Москва : Норма : ИНФРА-М, 2020. — 272 с. - ISBN 978-5-91768-529-8. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1055180

23. Домнин, В. Н. Брендинг : учебник и практикум для вузов / В. Н. Домнин. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 493 с. — (Высшее образование). —Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: http://biblio-online.ru/bcode/466112

24. Зелинский, С. А. Манипулирование личностью и массами. Манипулятивные технологии власти при атаке на подсознание индивида и масс : монография / С. А. Зелинский. - 2-е изд. - Санкт-Петербург : Издательско-Торговый Дом «СКИФИЯ», 2018. - 240 с. - ISBN 978-5-903463-16-9. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1095195

25. Ирхин, Ю. В. Политическая культура в 2 ч. Часть 1. Запад и Россия : учебное пособие для вузов / Ю. В. Ирхин. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 316 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08493-1. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: http://biblio-online.ru/bcode/452077

26. Ирхин, Ю. В. Политическая культура в 2 ч. Часть 2. Страны Востока : учебное пособие для вузов / Ю. В. Ирхин. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 249 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08495-5. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: http://biblio-online.ru/bcode/453820

27. Лебон, Г. Психология масс / Г. Лебон ; переводчик Э. К. Пименова, А. Фридман. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 264 с. — (Антология мысли). — ISBN 978-5-534-09319-3. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: http://biblio-online.ru/bcode/456133

28. Мокий, М. С. Методология научных исследований : учебник для вузов / М. С. Мокий, А. Л. Никифоров, В. С. Мокий ; под редакцией М. С. Мокия. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 254 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13313-4. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: http://biblio-online.ru/bcode/457487

29. Мясоедов, С. П. Кросс-культурный менеджмент : учебник для вузов / С. П. Мясоедов, Л. Г. Борисова. — 3-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 314 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-02314-5. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: http://biblio-online.ru/bcode/450156

30. Позднякова, Е. А. Авторское право : учебник и практикум для вузов / Е. А. Позднякова. — 3-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 238 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13638-8. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: http://biblio-online.ru/bcode/466156

31. Селезнева, Л. В. Подготовка рекламного и PR-текста : учебное пособие для вузов / Л. В. Селезнева. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 159 с. — (Высшее образование). // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: http://biblio-online.ru/bcode/453912

32. Синяева, И. М. Реклама и связи с общественностью : учебник для бакалавров / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, Д. А. Жильцов. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 552 с. — (Бакалавр. Академический курс). // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: http://biblio-online.ru/bcode/466182

33. Федотова, Л. Н. Реклама: теория и практика : учебник для вузов / Л. Н. Федотова. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 391 с. — (Высшее образование). // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: http://biblio-online.ru/bcode/450406

34. Шарков, Ф. И. Коммуникология: основы теории коммуникации : учебник для бакалавров / Ф. И. Шарков. — 5-е изд., стер. — Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2020. - 488 с. - ISBN 978-5-394-03544-9. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1093511

Нормативные акты:

1. Конституция Российской Федерации (принята всенародным голосованием 12.12.1993 с изменениями, одобренными в ходе общероссийского голосования 01.07.2020).

2. О средствах массовой информации: Закон РФ от 27.12.1991 N

3. О противодействии экстремистской деятельности: Закон РФ от 25 июля 2002 года № 114-ФЗ;

4. О рекламе: Закон РФ № 18-ФЗ от 22.02.2006.

5. О защите прав потребителей от недобросовестной рекламы: Указ Президента РФ от 10 июня 1994 г. № 1183.

6. О защите прав потребителей: Закон РФ в ред. 1996 г.

7. Порядок рассмотрения дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе: Зарегистрирован в Министерстве юстиции РФ 21 ноября 1995 г. Регистрационный № 985.

8. Международный кодекс рекламной практики – Париж: SOVERO (Международная торговая палата), 1987 г.

9. Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях от 30.12.2001 N 195-ФЗ.

Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

1. Электронная библиотека Финансового университета (ЭБ) http://elib.fa.ru/

2. Электронно-библиотечная система BOOK.RU http://www.book.ru

3. Электронно-библиотечная система «Университетская библиотека ОНЛАЙН» http://biblioclub.ru/

4. Электронно-библиотечная система Znanium http://www.znanium.com

5. Электронно-библиотечная система издательства «ЮРАЙТ» https://www.biblio-online.ru/

6. Научная электронная библиотека eLibrary.ru http://elibrary.ru

7. Национальная электронная библиотека http://нэб.рф/

8. Электронная библиотека диссертаций Российской государственной библиотеки https://dvs.rsl.ru/

2. Примеры практико-ориентированных заданий

Задание 1

ООО «Реклама» разработало программу для ЭВМ и заключает с заказчиками договоры, предметом которых является оказание заказчикам услуг по предоставлению прав использования этой программы для ЭВМ, ее доработке, тестированию и сопровождению в целях размещения рекламы заказчиков в социальных сетях.

Часть договоров, заключаемых с заказчиками, предусматривает оказание дополнительных услуг: управление рекламными кампаниями и создание рекламных материалов. Однако в договорах цена оказания таких дополнительных услуг отдельно не выделяется, а входит в стоимость услуг по предоставлению прав использования разработанной программы для ЭВМ, ее доработке, тестированию и сопровождению.

При этом организация не заключает лицензионных договоров о предоставлении права использования программы для ЭВМ или договоров купли-продажи экземпляров программы для ЭВМ.

Учитываются ли доходы, получаемые организацией по указанным договорам с заказчиками, в доле доходов от осуществления деятельности в области информационных технологий для применения пониженных тарифов страховых взносов?

Задание 2

Деятельность организации по производству медиапродукта в предыдущем и отчетном годах характеризовалась следующими показателями:

№ п/п	Показатель	Годы		Отклонение	
		Предыдущий, млн. руб.	Отчетный, млн. руб.	Абсолютное, млн. руб.	Относительное, в %
1	**2**	**3**	**4**	**5**	**6**
1	Выручка от основной деятельности	300	400	?	?
2	Себестоимость продаж	130	150	?	?
3	Валовая прибыль	170	?	?	?
4	Коммерческие расходы	50	70	?	?
5	Управленческие расходы	30	50	?	?

6	Прочие доходы	80	100	?	?
7	Прочие расходы	30	30	?	?
8	Прибыль до налогообложения	140	?	?	?
9	Налог на прибыль организаций (ставка 20%)	28	?	?	?
10	Чистая прибыль	112	?	?	?
11	Рентабельность, в %	?	?	?	?

Рассчитайте недостающие показатели (заполните таблицу в полном объеме), а также значение показателя общей рентабельности деятельности организации.

На основе анализа динамики приведенных и рассчитанных показателей, охарактеризуйте изменения отдельных аспектов финансово-хозяйственной деятельности организации, при условии, что официальный уровень инфляции в отчетном году составил 10%.

Сделайте общий вывод об изменении ситуации в финансово-хозяйственной деятельности организации за отчетный год.

Задание 3

При исследовании стереотипов обыденного сознания в области восприятия образов мужчины и женщины в СМИ использовались 34 шкалы и 10 объектов. Метод сбора данных – семантический дифференциал. Методы обработки данных – факторный анализ, построение семантического пространства. Было опрошено 50 человек.

В результате проведения факторного анализа полученных данных удалось выделить 5 факторов, объясняющих, соответственно, 52, 20, 11, 8 и 5 % общей дисперсии.

Первый биполярный фактор (52 % общей дисперсии) включает следующие качества:

- с чувством юмора (0,60871);
- находчивый (0,583006);
- умный (0,538693);
- уверенный в себе (0,520628);
- упитанный (-0,95841);
- ленивый (-0,8593);
- неуклюжий (-0,81898);
- грубый (-0,77336);
- эгоистичный (-0,55727);
- инфантильный (-0,5074);

Второй биполярный фактор (20 % общей дисперсии) включает следующие качества:

- смешной (0,948437);
- честолюбивый (0,947174);
- властный (0,82852);
- целеустремленный (0,825209);
- сильный (0,786723);
- активный (0,709638);
- находчивый (0,6953);
- уверенный в себе (0,693585);
- с чувством юмора (0,619352);
- радостный (0,590892);

Третий биполярный фактор (11 % общей дисперсии) включает следующие качества:

- любопытный (0,946629);
- хозяйственный (0,919811);
- навязчивый (0,698261);

Четвертый биполярный фактор (8 % общей дисперсии) включает следующие качества:

- женственный (0,901463);
- сексуальный (0,872418);
- спокойный (0,867538);
- мягкий (0,844753);
- скромный (0,820349);
- привлекательный (0,760333);
- красивый (0,742374);
- радостный (0,705607);
- естественный (0,646876);
- отзывчивый (0,588854);
- умный (0,551893);
- добрый (0,527936);

Пятый биполярный фактор (5 % общей дисперсии) включает следующие качества:

- добрый (0,64318);
- отзывчивый (0,642664);
- заботливый (0,607972);
- щедрый (0,507767);
- беззаботный (-0,81065);
- инфантильный (-0,76141);
- зависимый (-0,74341);

- эгоистичный (-0,61711);

Вопросы:

1. Какие названия вы дадите каждому фактору?
2. Каким образом можно использовать в профессиональной деятельности полученные результаты с учетом процента объясняемой дисперсии?

Задание 4.

В телевизионной рекламе газированной воды героиня рекламного ролика – девочка 13–15 лет – разбивает витрину магазина, чтобы достать заветную банку напитка и спастись от мучившей ее жажды. Соответствует ли закону содержание данной рекламы? Какая ответственность предусмотрена законом в случае нарушения законодательства о рекламе? Какие органы и в каком порядке привлекают правонарушителя к ответственности? Кто должен понести ответственность в данной ситуации? Каковы ограничения на использование в рекламе образов несовершеннолетних? (См. Федеральный закон от 13 марта 2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе», Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях, Постановление Правительства Российской Федерации от 17 августа 2006 г. № 508 «Об утверждении правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе».)

Задание 5

ВЫСТАВКА
Валентин Серов
Из собрания «Русского музея»

03 декабря 2020 г. – 9 марта 2021 г.
Губернаторский дом
Волжская набережная, 23

Впервые в Ярославле представлены более 50 произведений выдающегося отечественного художника Валентина Серова. На выставке из собрания Государственного Русского музея отражены творческие поиски мастера на протяжении 30 лет.

При всем многообразии тем, в которых ярко проявился талант Валентина Серова, портретный жанр принес ему славу и репутацию автора острых характеристик и зоркого аналитика. Графические портреты Саввы Мамонтова, Валентины Серовой (матери художника), Льва Бакста, Ильи Репина, Анны Бенуа (жены Александра Бенуа), представленные на выставке, в полной мере демонстрируют умение Серова передать суть личности несколькими движениями кисти, пера, карандаша.

Особое место в жизни занимает детский портрет. Он писал их вдохновенно, с особенной теплотой. Это было для художника своего рода прикосновением к «отрадному» миру.

К изображению природы художник обращался исключительно по зову сердца. Там, где ему было хорошо. Эстетика модерна нашла свое отражение на выставке в театральных работах и произведениях, вдохновленных античностью. Виртуозное мастерство Серова-рисовальщика и незаурядный талант анималиста в полной мере раскрылись в цикле работ, посвященных басням И.А. Крылова. Серов с удовольствием включал животных в свои произведения, уделяя им не меньше внимания, чем прочим героям.

Отдельный раздел экспозиции занимает видеоарт. Он посвящен судьбе собаки по кличке Гюгюс, владельцем которой был князь Феликс Юсупов. Его портрет Валентин Серов создал в 1903 году, и небольшого пса считал своей лучшей моделью. Взяв за основу рисунок к работе, который хранится в собрании Ярославского художественного музея, а также личные дневники Юсупова, современный художник Александр Красулин представляет многометровую проекцию.

Задания

1. Определите жанровую разновидность представленного текста. Совой ответ обоснуйте.
2. Дайте характеристику целевой аудитории текста
3. Дайте характеристику языковых и стилистический особенностей данного текста.
4. Какие медийные средства вы предложите в поддержку этого объявления (информация на сайте музея)
5. Как изменится стилистика текста в зависимости от выбранных вами медиа

3. Рекомендации обучающимся по подготовке к государственному экзамену

Подготовку к сдаче государственного экзамена необходимо начинать с ознакомления с перечнем вопросов, выносимых на государственный экзамен.

При подготовке к экзамену следует пользоваться источниками основной и дополнительной литературы, а также конспектами лекций, которые вы составляли.

В процессе подготовки к экзамену рекомендуется помимо лекционного материала, рекомендованных источников основной и дополнительной литературы обратить внимание на выполненные в процессе обучения письменные работы.

При подготовке целесообразно делать краткий конспект ответа на вопросы государственного экзамена, отмечая изменения, которые произошли в законодательстве, увязывать теоретические проблемы с современной практикой и опытом, полученным в ходе прохождения практик.

В случае возникновения трудностей при подготовке к государственному экзамену следует обращаться к преподавателям за соответствующими

разъяснениями. Обязательным является посещение консультаций и обзорных лекций, которые проводятся перед государственным экзаменом.

Ответы на вопросы экзаменационного билета студент должен давать в логической последовательности, привязывая к социально-экономической ситуации в стране. Ответы на экзаменационные вопросы следует сопровождать практическими примерами. При этом студенту необходимо высказать свою точку зрения по излагаемым вопросам.

4. Критерии оценки результатов сдачи государственных экзаменов

Критерии оценки знаний выпускников в ходе ответов на теоретические вопросы:

«Отлично» (5 баллов) за ответ на теоретический вопрос экзаменационном билета ставится, если студент глубоко и полно раскрывает теоретические и практические аспекты вопроса, проявляет творческий подход к его изложению, и демонстрирует дискуссионность данной проблематики а также глубоко и полно раскрывает дополнительные вопросы.

«Хорошо» (4 балла) оценка за ответ на теоретический вопрос экзаменационного билета снижается, если студент недостаточно полно освещает узловые моменты вопроса, затрудняется более глубоко обосновать те или иные положения, а также затрудняется ответить на дополнительные вопросы по данной проблематике.

«Удовлетворительно» (3 балла) за ответ на теоретический вопрос экзаменационного билета ставится, если студент не раскрывает основных моментов вопроса, логика изложения нарушена, ответы не всегда конкретны.

«Неудовлетворительно» (2 балла) выставляется в случае, если материал излагается непоследовательно, не аргументировано, бессистемно. Ответы на вопросы выявили несоответствие уровня знаний выпускника требованиям ФРОС ВО/ОС ВО ФУ в части формируемых компетенций, а также дополнительным компетенциям, установленным вузом.

Критерии оценки умений выпускников в ходе решения комплексных профессионально-ориентированных заданий:

«Отлично» (5 баллов) ставится, если выпускник полностью справился с выполнением комплексного профессионально-ориентированного задания, обосновал полученные результаты;

«Хорошо» (4 балла) - количество баллов снижается, если комплексное профессионально-ориентированное задание выполнено, но допускаются неточности в обосновании и результатов;

«Удовлетворительно» (3 балла) ставится, если комплексное профессионально- ориентированное задание, в основном, выполнено, намечен правильный ход решения, но допущены ошибки в процессе подсчетов, расчетов и неверно сформулированных выводов;

«Неудовлетворительно» (2 балла) выставляется в случае, если отсутствует ответ на комплексное профессионально-ориентированное задание, либо нет решения, что означает несоответствие уровня подготовки

выпускника требованиям к результатам освоения образовательной программы, включая Дополнительные профессиональные компетенции, формируемые вузом.

Перед процедурой обсуждения ответов экзаменующихся каждый член государственной экзаменационной комиссии выставляет свою персональную оценку для каждого студента, используя сумму баллов полученную после заполнения листа оценки студента.

Далее государственная экзаменационная комиссия рассматривает каждого выпускника отдельно: итоговая оценка представляет среднее арифметическое от суммы оценок, выставленных каждым членом комиссии.