

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б.Н. Ельцина»

УТВЕРЖДАЮ
Директор по образовательной деятельности

_____ С.Т. Князев
«__» _____ 20__ г.

**ПРОГРАММА ИТОГОВОЙ (ГОСУДАРСТВЕННОЙ ИТОГОВОЙ)
АТТЕСТАЦИИ (ГИА)**

42.04.05/33.02

Екатеринбург

Перечень сведений о программе государственной итоговой аттестации	Учетные данные
Образовательная программа 1. Проектирование и сопровождение медиапроцессов	Код ОП 1. 42.04.05/33.02
Направление подготовки 1. Медиакоммуникации	Код направления и уровня подготовки 1. 42.04.05

Программа государственной итоговой аттестации составлена авторами:

№ п/п	Фамилия Имя Отчество	Ученая степень, ученое звание	Должность	Подразделение
1	Плеханова Елизавета Константиновна	без ученой степени, без ученого звания	Ассистент	медиакоммуникаций
2	Фаюстов Алексей Владимирович	кандидат филологических наук, без ученого звания	Проректор по информационной политике	Ректорат
3	Харченко Вера Сергеевна	кандидат социологических наук, без ученого звания	Заведующий кафедрой	медиакоммуникаций

Согласовано:

Управление образовательных программ

Е.С. Комарова

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ИТОГОВОЙ (ГОСУДАРСТВЕННОЙ ИТОГОВОЙ) АТТЕСТАЦИИ

1.1. Аннотация итоговой (государственной итоговой) аттестации

В ходе подготовки выпускной квалификационной работы студент изучает конкретную проблемную область в сфере медиа, в представленной работе он должен продемонстрировать как достойный уровень теоретической подготовки в рамках выбранной тематики, так и умение собирать, обрабатывать и анализировать информацию, чтобы в дальнейшем предложить ряд практических решений, направленных на устранение выявленных в ходе анализа проблем. Целью проведения государственного экзамена является установление уровня подготовленности обучающегося, осваивающего образовательную программу магистратуры, выполнению профессиональных задач и соответствия его подготовки требованиям образовательного стандарта. В рамках государственного экзамена проверяется уровень сформированности результатов освоения образовательной программы.

1.2. Структура итоговой (государственной итоговой) аттестации:

Таблица 1

№ п/п	Формы итоговых аттестационных испытаний	Объем государственных аттестационных испытаний в зачетных единицах
1	Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена	3
2	Подготовка к защите и процедура защиты выпускной квалификационной работы	6
ИТОГО по ГИА:		9

1.3. Перечень компетенций, которые должны быть продемонстрированы обучающимися в рамках государственных аттестационных испытаний

В рамках государственной итоговой аттестации проверяется уровень сформированности компетенций по образовательной программе, заявленных в ОХОП:

Код компетенции	Наименование компетенции
1	2
УК-1	Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, выработать стратегию действий, в том числе в цифровой среде
УК-2	Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла
УК-3	Способен организовать и руководить работой команды, выработывая командную стратегию для достижения поставленной цели
УК-4	Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе зна

	иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия
УК-5	Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия
УК-6	Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности, выстраивать траекторию профессионального и личностного развития, в том числе с использованием цифровых средств
УК-7	Способен обрабатывать, анализировать, передавать данные и информацию с использованием цифровых средств для эффективного решения поставленных задач с учетом требований информационной безопасности
ОПК-1	Способен применять фундаментальные знания (на продвинутом уровне) при решении теоретических, практических или исследовательских задач
ОПК-2	Способен объяснять, прогнозировать явления и процессы, выявлять значимые проблемы и выработать пути их решения на основе анализа и оценки профессиональной информации, научных теорий и концепций
ОПК-3	Способен планировать и проводить фундаментальные или прикладные исследования, в том числе в междисциплинарных областях, самостоятельно формулировать научные гипотезы, проверять их достоверность и представлять результаты исследований в виде аналитических отчетов, научных статей, докладов и тезисов на конференциях, научных симпозиумах, семинарах, круглых столах
ОПК-4	Способен обобщать и критически оценивать научные исследования в профессиональной сфере и смежных областях
ОПК-5	Способен к разработке, внедрению, контролю, оценке и корректировке методов и приемов осуществления профессиональной деятельности
ПК-1	Способен планировать, организовывать и координировать процесс создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, отслеживать и учитывать изменение норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем
ПК-2	Способен анализировать основные тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах
ПК-3	Способен анализировать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов
ПК-4	Способен анализировать потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или)

	медиапродукты, и (или) коммуникационные
ПК-5	Способен для принятия профессиональных решений анализировать актуальные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования
ПК-6	Способен отбирать и внедрять в процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии
ПК-7	Способен оценивать и прогнозировать возможные эффекты в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности
ПК-8	Способен разрабатывать новые виды форматов медиапродукции, производить творческие пилотные проекты
ПК-9	Способен использовать профессионально методы, формы и жанры для создания и обработки текстов для их публичного распространения на различных медианосителях и при помощи разных каналов.
ПК-10	Способен проектировать организационные структуры медиакомпаний и применять их для создания медиакомпаний, отделов, структур и отдельных проектов
ПК-11	Способен организовать и координировать работу, распоряжаться, принимать сложные управленческие решения в быстро меняющейся среде, контролировать деятельность подчиненных, осуществлять план-фактный контроль, анализировать отклонения
ПК-12	Способен создавать продюсерский план производства проекта.
ПК-13	Способен разрабатывать научный инструментарий исследования (выборка, вопросники, гайды)
ПК-14	Способен разрабатывать маркетинговые стратегии, управлять вопросами создания, ценообразования, дистрибуции и продвижения медиапродуктов

1.4. Формы проведения государственного экзамена

– устный

1.5. Требования к процедуре итоговой (государственной итоговой) аттестации.

Требования к порядку планирования, организации и проведения ГИА, к структуре и форме документов по организации ГИА регулируются отдельным положением.

1.6. Требования к оцениванию результатов освоения ОП итоговой (государственной итоговой) аттестации

Объективная оценка уровня соответствия результатов обучения требованиям к освоению ОП обеспечивается системой разработанных критериев (показателей) оценки освоения знаний, сформированности умений и опыта выполнения профессиональных задач определенного типа.

Критерии оценки утверждены на заседании учебно-методического совета института, реализующего ОП (протокол № 33.00-08/25 от 14.05.2021 г.).

2. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ИТОГОВОЙ (ГОСУДАРСТВЕННОЙ ИТОГОВОЙ) АТТЕСТАЦИИ

42.04.05/33.02 Проектирование и сопровождение медиапроцессов

Электронные ресурсы (издания)

1. Раш, М., М., Васильева, Е.; Новые медиа в искусстве : публицистика.; Ад Маргинем Пресс, Москва; 2018; <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=594575> (Электронное издание)
2. Донских, А. Г.; Журналистика и новейшие медиа в аспекте права, деонтологии и медиаобразования. Новые реалии : монография.; Южный федеральный университет, Ростов-на-Дону, Таганрог; 2020; <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=612171> (Электронное издание)
3. Бобров, А. А.; Журналистика. Введение в специальность. Новые и вековые медиа : монография.; Московский гуманитарный университет, Москва; б.г.; <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=619964> (Электронное издание)
4. , Балмаева, , С., Лукиа, , М.; Как новые медиа изменили журналистику. 2012—2016; Кабинетный ученый, Гуманитарный университет, Москва, Екатеринбург; 2016; <http://www.iprbookshop.ru/75003.html> (Электронное издание)
5. Гук, А. А.; Медийная культура: актуальные проблемы современного функционирования : монография.; Библио-Глобус, Москва; 2017; <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=498921> (Электронное издание)
6. ; Медиакультура: словарь терминов и понятий : словарь.; Директ-Медиа, Москва, Берлин; 2018; <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=494604> (Электронное издание)
7. Манович, Л., Л.; Язык новых медиа : публицистика.; Ад Маргинем Пресс, Москва; 2018; <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=594512> (Электронное издание)
8. Олефир, , С. В.; Медийная и информационная грамотность : учебное пособие.; Челябинский государственный институт культуры, Челябинск; 2018; <http://www.iprbookshop.ru/87215.html> (Электронное издание)
9. Цилински, З., З., Воропай, Л.; Археология медиа: о «глубоком времени» аудиовизуальных технологий : публицистика.; Ад Маргинем Пресс, Москва; 2019; <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=594668> (Электронное издание)
10. Кастельс, М., М.; Власть коммуникации : учебное пособие.; Издательский дом Высшей школы экономики, Москва; 2020; <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=600848> (Электронное издание)
11. Калужский, М. Л.; Практический маркетинг : учебное пособие.; Директ-Медиа, Москва, Берлин; 2017; <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=456083> (Электронное издание)
12. , Калужский, М. Л.; Маркетинг в XXI веке: глобализация и новые технологии : сборник научных трудов.; Директ-Медиа, Москва, Берлин; 2017; <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=473030> (Электронное издание)
13. Давыденко, Е. А.; Маркетинг в информационном обществе : учебное пособие.; Креативная экономика, Москва; 2018; <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=498917> (Электронное издание)
14. Катаев, А. В.; Интернет-маркетинг : учебное пособие.; Южный федеральный университет, Ростов-на-Дону, Таганрог; 2018; <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=499687> (Электронное издание)
15. Марусева, И. В.; Менеджмент и маркетинг в сервисе (PR и реклама как инструментарий) : учебное пособие.; Директ-Медиа, Москва, Берлин; 2019; <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=562282> (Электронное издание)
16. Макки, Р., Р.; Сториномика: маркетинг, основанный на историях, в пострекламном мире : научно-популярное издание.; Альпина нон-фикшн, Москва; 2019; <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=570418> (Электронное издание)
17. Акулич, М. В.; Интернет-маркетинг : учебник.; Дашков и К°, Москва; 2020;

<https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=573342> (Электронное издание)

18. Катаев, А. В.; Digital-маркетинг : учебное пособие.; Южный федеральный университет, Ростов-на-Дону, Таганрог; 2020; <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=598669> (Электронное издание)

19. Манн, И. Б.; 90 дней: простая техника, которая делает маркетинг максимально эффективным : практическое пособие.; СилаУма-Паблишер, Москва; 2017; <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=617177> (Электронное издание)

20. Мартынова, А. С., Анастасия С.; Безгрешный маркетинг: первая книга про inbound-продвижение и бескорыстную любовь к клиентам : практическое пособие.; СилаУма-Паблишер, Москва; 2020; <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=617183> (Электронное издание)

21. Вирен, Г., Г.; Современные медиа: приемы информационных войн : учебное пособие.; Аспект Пресс, Москва; 2017; <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=457409> (Электронное издание)

22. Кирия, И. В.; История и теория медиа: учебник для вузов : учебник.; Издательский дом Высшей школы экономики, Москва; 2020; <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=471753> (Электронное издание)

23. Воскресенский, Ю., Ю.; Стартап в медиа: опыт создания делового радио : публицистика.; Альпина Паблишер, Москва; 2019; <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=570439> (Электронное издание)

24. Черкасова, В. П.; Медиа-манипулирование общественным политическим сознанием: телевидение и Интернет : монография.; Весь Мир, Москва; 2019; <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=574059> (Электронное издание)

25. Дзялошинский, И. М.; Российские медиа: проблемы вражды, агрессии, насилия : учебное пособие.; Ай Пи Эр Медиа, Саратов; 2019; <http://www.iprbookshop.ru/80925.html> (Электронное издание)

26. Жилавская, И. В.; Виды медиа: типология и история : учебное пособие.; Московский педагогический государственный университет, Москва; 2020; <http://www.iprbookshop.ru/105892.html> (Электронное издание)

27. Фролова, Т. И.; Журналистика для здоровья нации : медиакommunikации и человеческое развитие.; Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, Москва; 2012; <http://www.iprbookshop.ru/54626.html> (Электронное издание)

Печатные издания

1. , Закс, Л. А., Мясникова, Л. А., Глушкова, С. И.; Информационная эпоха: Мир - Россия - Урал : материалы VII междунар. науч.-практ. конф. Гуманитар. ун-та, 12-13 мая 2004 г. : [в 2 т.]. Т. 1. Общество, цивилизация, культура информационной эпохи. Коммуникационный взрыв XXI века: проблемы межличностной и социальной коммуникации в информационную эпоху. Трансформация масс-медиа в XXI веке. "Новые аудитории": их информационные потребности, ценности, язык, стиль жизни; Издательство Гуманитарного университета, Екатеринбург; 2004 (1 экз.)

2. Брекенридж, Д. К., Дейдра К., Синельникова, М. В.; PR 2.0: новые медиа, новые аудитории, новые инструменты; Эксмо, Москва; 2009 (3 экз.)

3. Вольф, Ю., Вердин, Д., Пискотина, Р., Пискотина, Р.; Школа литературного и сценического мастерства. От замысла до результата. Рассказы, романы, статьи, нон-фикшн, сценарии, новые медиа; Альпина нон-фикшн (АНФ), Москва; 2017 (2 экз.)

4. Кашлев, Ю. Б., А. А., В. Г., К. А., Л. С., И. Н., Э. А., Г. Н., В. Г., В. Г., Л. В., К. А., А. В., Н. Н., Ю. Б., В. Г., А. А., А. И., А. В., В. Г., С. П., Л. М., В. Г., В. Г., Кашлев, Ю. Б.; Информация. Дипломатия. Психология : [Сб. материалов "круглого стола" и лекций преподавателей Дипломат. акад. МИДа России]; Известия, Москва; 2002 (3 экз.)

5. Аронсон, О., Рейтблат, А. И., Самутина, Н. В.; Коммуникативный образ. (Кино. Литература. Философия); Новое литературное обозрение, Москва; 2007 (2 экз.)

6. Маклюэн, М., Тюрина, И. О.; Галактика Гутенберга. Становление человека печатающего; Академический проект : Фонд "Мир", Москва; 2005 (2 экз.)

7. Маклюэн, Г. М., Николаев, В.; Понимание Медиа; Кучково поле, Москва; 2011 (2 экз.)

8. Маклюэн, М., Летберг, И.; Война и мир в глобальной деревне; АСТ, Москва; 2012 (3 экз.)

9. Кривобокова, А. В., С. Е., Н. О., Т. Н., А. С., А. А., Н. П., Л. Н., Л. В., Е. В., Н. Н., Н. Ф.,

М. П., А. В., М. А., А. А., Д. А., Жаркова, Л. С., Черниченко, В. И.; Науки о культуре: современный статус Ч. 2. ; [Издательство МГУКИ], Москва; 2003 (1 экз.)

10. Стариков, А. Г.; Масс-медиа современной России : учебное пособие для образовательных учреждений ВПО.; Феникс, Ростов-на-Дону; 2013 (1 экз.)

11. Кастельс, М., Матвеев, А., Харитонов, В.; Галактика Интернет. [Размышления об Интернете, бизнесе и обществе]; У-Фактория, Екатеринбург; 2004 (6 экз.)

12. Рейнгольд, Г., Гарькавый, А. Д., Александр Д.; Умная толпа. Новая социальная революция; Гранд, Москва; 2006 (1 экз.)

13. Фатеева, Н. А.; Контрапункт интертекстуальности, или Интертекст в мире текстов; Агар, Москва; 2000 (2 экз.)

14. Матисон, Д., Гритчина, О. В., Киселева, А. А.; Медиа-дискурс. Анализ медиа-текстов. Исследования медиа и культуры; Гуманитарный центр, Харьков; 2013 (2 экз.)

15. Сметанина, С. И.; Медиа-текст в системе культуры (динамические процессы в языке и стиле журналистики конца XX века); Изд-во В. А. Михайлова, Санкт-Петербург; 2002 (2 экз.)

16. Эко, У., Серебряный, С.; Роль читателя. Исследования по семиотике текста; Symposium, Санкт-Петербург; 2007 (1 экз.)

17. , Данченко, Л. А.; Маркетинг в социальных медиа. Интернет-маркетинговые коммуникации : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по направлению 100700 "Торговое дело" : стандарт третьего поколения.; Питер, Москва [и др.]; 2013 (1 экз.)

18. Шарков, Ф. И.; Интерактивные электронные коммуникации (возникновение "Четвертой волны" : учеб. пособие для изучения курсов "Основы теории коммуникации", "Социология коммуникации" по специальностям "Связи с общественностью", "Реклама", "Социология".; Дашков и К°, Москва; 2009 (2 экз.)

19. Яковлев, А. А., Чупрун, А. Б.; Контекстная реклама. Основы, секреты, трюки; БХВ-Петербург, Санкт-Петербург; 2010 (1 экз.)

20. Розен, Э.; Анатомия слухов: маркетинговые приемы : [пер. с англ.]; Питер, Санкт-Петербург [и др.]; 2006 (4 экз.)

21. Пашутин, С. Б.; Физиология ажиотажа. Маркетинговые приемы привлечения потребителей к торговой марке : практ. пособие.; КНОРУС, Москва; 2008 (2 экз.)

22. , Якупов, Б. И., Морозова, Г. В.; Медиа и власть: власть медиа? : материалы Международной научно-образовательной конференции, Казань, 22-23 марта 2018 г.; Издательство Казанского университета, Казань; 2018 (1 экз.)

Профессиональные базы данных, информационно-справочные системы

1. ЭБС «Университетская библиотека онлайн» <http://biblioclub.ru/>
2. ЭБС IPR Books <https://www.iprbookshop.ru>

Материалы для лиц с ОВЗ

Весь контент ЭБС представлен в виде файлов специального формата для воспроизведения синтезатором речи, а также в тестовом виде, пригодном для прочтения с использованием экранной лупы и настройкой контрастности.

Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы

1. ООО Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU <http://elibrary.ru/>
2. Научная электронная библиотека «КиберЛенинка» <https://cyberleninka.ru/>

3. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ИТОГОВОЙ (ГОСУДАРСТВЕННОЙ ИТОГОВОЙ) АТТЕСТАЦИИ

Сведения об оснащённости государственных аттестационных испытаний специализированным оборудованием и программным обеспечением

Таблица 3.1

42.04.05/33.02 Проектирование и сопровождение медиапроцессов

№ п/п	Формы государственных аттестационных испытаний	Оснащённость специальных помещений и помещений для проведения ГИА	Перечень лицензионного программного обеспечения. Реквизиты подтверждающего документа
1	Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена	Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов Рабочее место преподавателя	Не требуется
2	Подготовка к защите и процедура защиты выпускной квалификационной работы	Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов Рабочее место преподавателя Периферийное устройство	Adobe Acrobat Professional 2017 Multiple Platforms Office Professional 2003 Win32 Russian CD-ROM