

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего профессионального образования
«Томский государственный педагогический университет»
(ТГПУ)

УТВЕРЖДЕНО

Председатель Ученого совета
ректор ТГПУ

В.В. Обухов
Принято на заседании Ученого совета

8 окт 2015 г.
* 3 * 2015
протокол №



**ПРОГРАММА ГОСУДАРСТВЕННОЙ ИТОГОВОЙ АТТЕСТАЦИИ
ПО ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ -**

**ПРОГРАММЕ СПЕЦИАЛИТЕТА
030602 Связи с общественностью**

ПРОГРАММА ГОСУДАРСТВЕННОГО ЭКЗАМЕНА

Теория и практика связей с общественностью

Пояснительная записка

Программа государственной итоговой аттестации, включающая программу государственного экзамена, составлена в соответствии с требованиями ГОС ВПО по специальности 030602 Связи с общественностью.

Программа государственного экзамена содержит: Требования к уровню подготовки выпускника по специальности 030602 Связи с общественностью, Образец экзаменационного билета, Процедуру проведения государственного экзамена, Обеспечение государственного экзамена, Критерии оценивания ответа выпускника, Перечень вопросов, выносимых на государственный экзамен, Рекомендации обучающимся по подготовке к государственному экзамену, Перечень рекомендуемой литературы для подготовки к государственному экзамену (Основная литература, Дополнительная литература).

Настоящая программа и входящая в нее программа государственного экзамена определяется на основании ГОС ВПО и Порядка проведения государственной итоговой аттестации по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета и программам магистратуры.

Государственный экзамен призван продемонстрировать уровень подготовленности выпускника к самостоятельной профессиональной деятельности.

Требования к уровню подготовки выпускника по специальности 030602 Связи с общественностью

Требования к профессиональной подготовленности специалиста:

- знать важнейшие проблемы внутренней и внешней политики России, современных международных отношений; положения важнейших международно-правовых документов ООН, ЮНЕСКО, ОБСЕ и других международных организаций, регламентирующих деятельность в области международной информации, гуманитарного и культурного сотрудничества;
- знать историю и современную практику массовой коммуникации и различные её виды и формы;
- знать историю возникновения и становления связей с общественностью;
- («паблик рилейшенз») как сферы профессиональной деятельности;
- уметь устанавливать и постоянно поддерживать необходимые связи со средствами массовой информации, информационными, рекламными, консалтинговыми агентствами, агентствами по связям с общественностью, издательствами, заинтересованными фирмами, государственными и общественными структурами, партиями и движениями;
- уметь устанавливать связи с людьми и организациями, располагающими важными сведениями, источниками информации;
- владеть навыками организации и управления пресс-центром, пресс-службой, отделом печати, отделом по связям с общественностью, центром общественных связей;
- уметь планировать и организовывать рекламные, пропагандистские, информационные кампании, владеть навыками социального и политического маркетинга, уметь организовать и вести протоколно-деловые мероприятия;
- знать основы конфликтологии и социальной психологии и владеть навыками работы в кризисных ситуациях;
- квалифицированно пользоваться техническими, телерадиоэлектронными средствами массовой информации, уметь фотографировать, владеть видео и компьютерной техникой.
- постоянно изучать аудиторию, учитывая её настроение;
- уметь использовать методику и технику проведения опросов общественного мнения;

- свободно владеть риторикой, приёмами и методами публичного выступления (знать основы речи, её виды, правила речевого этикета и ведение диалога, законы композиции и стиля, приёмы убеждения), владеть навыками литературного редактирования, умением создавать собственное публицистическое произведение, пресс-релиз;

Специалист в области связей с общественностью отвечает следующим требованиям:

- имеет целостное представление о процессах и явлениях, происходящих в современном мире, знаком с принципиальными проблемами современного естествознания, развития науки и техники, понимает их социально-экономические и политические последствия;
- знаком с основными учениями в области политических, правовых и социально-экономических наук, способен научно анализировать социально значимые проблемы и процессы, умеет использовать методы этих наук в различных видах профессиональной и социальной деятельности;
- знает Конституцию Российской Федерации, этические и правовые нормы, регулирующие взаимоотношения в обществе и между обществом и природной средой, учитывая их в профессиональной деятельности;
- знает основные этапы истории России, её политики, а также истории других ведущих государств и цивилизаций мира, понимает смысл и механизмы исторической преемственности и эволюции;
- знает основные проблемы массовой коммуникации и современных средств массовой информации, механизмы и закономерности их формирования и развития, основные теории и концепции, относящиеся к сфере информации, коммуникации и формирования общественного мнения, умеет применять их выводы, методы и приёмы исследования и анализа проблем, возникающих в ходе его профессиональной деятельности;
- знает основные проблемы информационной политики, национальной безопасности Российской Федерации, владеет методами и приёмами их анализа;
- способен к самообучению по завершении учебной программы, к расширению своих знаний на основе информационных и образовательных технологий;
- способен приобретать новые знания, методически и психологически готов к изменению направления и характера своей профессиональной деятельности;
- умеет на научной основе организовать свой труд, владеет приёмами и методами сбора, хранения и обработки информации, в том числе с использованием ЭВМ и прикладными компьютерными программами;
- владеет иностранным языком (языками), способен выполнять функции переводчика, переводчика - референта и продолжать обучение и осуществлять профессиональную деятельность в иноязычной среде.
- владеет культурой мышления и публичного выступления, способен правильно и логично оформить свои мысли в устной и письменной форме, участвовать в дискуссиях по профессиональным проблемам;
- владеет основами научного анализа и прогнозирования различных явлений и процессов, умеет осуществлять их качественный и количественный анализ, способен определять цели специальных исследований и использовать для их осуществления методы изученных наук, готов к работе над междисциплинарными проектами;
- готов к работе в коллективе, знаком с методами управления, способен находить и принимать управленческие решения, знает основы педагогической деятельности.

Образец экзаменационного билета

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего профессионального образования
«Томский государственный педагогический университет»
(ТГПУ)

Государственный экзамен: Теория и практика связей с общественностью
030602 Связи с общественностью

Билет № 22

1. Характеристика жанров первичных PR-текстов.
2. Современная дипломатия как средство регулирования международных отношений.
3. Теории массовой коммуникации и концепции прессы.

Дата _____

Проректор по НОРР _____ М.П. Войтеховская

Зав. кафедрой рекламы
и связей с общественностью _____ Т.А. Булатова

Процедура проведения государственного экзамена

Государственный экзамен проводится на заседании государственной экзаменационной комиссии (ГЭК) при наличии не менее двух третей ее членов.

Перечень вопросов, выносимых на государственный экзамен, доводится до сведения выпускников не позднее чем за 6 месяцев до даты сдачи государственного экзамена.

Государственный экзамен проводится в устной форме по билетам. Билет на экзамене выбирается случайным образом. Для подготовки к ответу выпускнику предоставляется определенное время и возможность сделать краткие записи по существу билета.

Во время государственного экзамена не допускается использование научной, учебной и справочной литературы, а также любых технических средств.

По истечении времени, отведенного на подготовку к ответу, члены ГЭК приглашают выпускников, желающих отвечать. Если по окончании времени, отведенного на подготовку, никто из выпускников не выражает желание отвечать по билету; председатель ГЭК или его заместитель вызывают выпускников для ответа по списку в порядке очередности.

Экспертной оценке в процессе сдачи государственного экзамена подвергаются устные ответы выпускника на вопросы экзаменационного билета и на дополнительные вопросы членов ГЭК. В процессе ответа или после его завершения члены ГЭК могут задавать выпускнику уточняющие и дополнительные вопросы в пределах программы государственного экзамена.

Председатель ГЭК или его заместитель вправе прервать отвечающего выпускника, когда он:

- отвечает не по существу вопроса;
- допустил грубую ошибку при ответе;
- правильно и полно ответил на поставленный вопрос, но продолжает его детализировать.

В первых двух случаях члены ГЭК предлагают выпускнику исправить ответ, в третьем случае – перейти к ответу на следующий вопрос.

После ответа выпускник сдает экзаменационный билет и подписанный им

письменный конспект ответа секретарю ГЭК, после чего покидает аудиторию, в которой проходит государственный экзамен.

После ответа последнего выпускника на закрытом заседании проводится обсуждение и выставление оценок. Решение об оценке принимается коллегиально, путем голосования членов ГЭК при обязательном присутствии председателя ГЭК и (или) его заместителя. При равном числе голосов председатель ГЭК (заместитель) обладает правом решающего голоса.

Итоговая оценка за государственный экзамен доводится до сведения выпускников в день сдачи государственного экзамена сразу после заседания ГЭК.

Итоговая оценка за государственный экзамен выставляется секретарем ГЭК в протокол заседания ГЭК и зачетную книжку выпускника.

Выпускник, получивший оценку «неудовлетворительно» на государственном экзамене, к дальнейшему прохождению итоговых аттестационных испытаний не допускается и подлежит отчислению из ТГПУ в установленном порядке.

Обеспечение государственного экзамена

Для проведения государственного экзамена подготовлен комплект экзаменационных билетов. Каждый билет включает три вопроса из перечня вопросов, выносимых на государственный экзамен, подписывается заведующим кафедрой и утверждается проректором по непрерывному образованию и работе с регионами.

Критерии оценивания ответа выпускника

Оценка знаний выпускника на государственном экзамене осуществляется на основании следующих критериев:

- знание программного материала;
- владение научной терминологией;
- умение связывать теоретические вопросы с практикой;
- умение объяснять факты науки с точки зрения ее новейших достижений;
- умение привлекать материалы смежных наук;
- умение анализировать факты, обобщать их, делать выводы;
- степень самостоятельности в суждениях;
- навыки владения устной речью и соблюдение речевого этикета.

Шкала оценивания			
неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично
<ul style="list-style-type: none"> – незнание программного материала; – невладение научной терминологией; – несоответствие излагаемого материала предлагаемым вопросам; – отказ от ответа. 	<ul style="list-style-type: none"> – знание и понимание основного программного материала; – наличие неточностей в формулировках при определении категорий, понятий и терминов; – наличие неполных или частично 	<ul style="list-style-type: none"> – знание и понимание сути вопросов билета с демонстрацией необходимых примеров; – наличие в ответах на вопросы билета незначительных ошибок, которые обучающийся самостоятельно исправляет после уточняющих вопросов; 	<ul style="list-style-type: none"> – глубокое знание и понимание сути вопросов билета с демонстрацией необходимых примеров; – свободное владение научной терминологией; – наличие профессионально-личностной

	неправильных ответов на дополнительные вопросы.	– владение научной терминологией; – наличие профессионально-личностной позиции по обсуждаемым вопросам; – наличие правильных, но не глубоких ответов на дополнительные вопросы.	позиции по отношению к обсуждаемым вопросам; – наличие исчерпывающих ответов на дополнительные вопросы.
--	---	---	--

Перечень вопросов, выносимых на государственный экзамен

1. Стратегические модели PR-кампании (RACE, ROPE, модель Катлипа, модель Г. Брума и Д. Дозьере).
2. Этапы организации и проведения PR-кампании.
3. Профессиональные организации в сфере связей с общественностью.
4. Периодические профессиональные издания по связям с общественностью в России.
5. Технологии работы PR-службы в условиях кризиса.
6. Современный этап в развитии российских связей с общественностью: основные направления деятельности.
7. Медиа-аспекты стратегии кампании по связям с общественностью.
8. Паблик рилейшнз в комплексе интегрированных маркетинговых коммуникаций.
9. Количественные и качественные показатели эффективности PR-деятельности.
10. Основные направления связей с общественностью в сети Интернет.
11. PR в органах государственной власти.
12. Этические проблемы паблик рилейшнз.
13. Характеристика жанров первичных PR-текстов.
14. Построение системы внутрикорпоративных коммуникаций.
15. Понятие и особенности социальных технологий паблик рилейшнз.
16. Возникновение, современное состояние и развитие консалтинга в мире.
17. Консалтинг в сфере паблик рилейшнз как форма бизнеса.
18. Виды и формы консультирования в связях с общественностью
19. Разновидности и исторический аспект логики как науки.
20. Основные законы логики.
21. Понятие как форма мышления, деление понятий.
22. Силлогизм. Фигуры и модусы силлогизма.
23. Состав и структура аргументационного процесса.
24. Природа и закономерности международных отношений.
25. Деятельность основных международных организаций.
26. Концепция конфликта цивилизаций С. Хантингтона.
27. Типология современных международных отношений (система вето, баланс сил и т.п.).
28. Современная дипломатия как средство регулирования международных отношений.
29. Проблема глобализации в международных отношениях.
30. Структура, субъекты, тенденции развития мировой экономики.
31. Основные формы международных экономических связей между субъектами мировой экономики.
32. Интеграционные процессы в мировой экономике.
33. Документация: понятие и классификация. Правила исправления ошибок в документе.

34. Бухгалтерский учет: цели, задачи и функции.
35. Определение рентабельности мероприятий в области связей с общественностью.
36. Современные концепции конфликта.
37. Определение конфликта, функции, классификация конфликтов.
38. Динамика развития конфликта.
39. Этапы и фазы конфликтной стадии: понятие, характеристика.
40. Основные модели поведения в конфликте.
41. Способы разрешения конфликтов.
42. Роль связей с общественностью в предотвращении конфликта и минимизации его последствий.
43. Форма участия третьей стороны в разрешении конфликта.
44. Реформы общества как предпосылки рождения прессы.
45. Особенности информационной инфраструктуры различных стран.
46. Современные СМИ России и зарубежных стран.
47. Система средств массовой информации: печать, радио, телевидение.
48. Профессионально-этические правила и нормы массовой информации.
49. Теории массовой коммуникации и концепции прессы.
50. Современный русский литературный язык и его стили.
51. Стилистическое расслоение лексики современного русского языка.
52. Основные законы логического мышления и смысловой анализ текста.
53. Методика анализа и правки текста.
54. Виды правки текста (вычитка, сокращение, обработка, переделка).
55. Методика работы над заголовком публицистического текста.
56. Исторические вехи развития коммуникации.
57. Модели и структурные компоненты коммуникации.
58. Развитие теории коммуникации в период конца XIX- начала XX вв.
59. Структура и составляющие коммуникативного процесса.
60. Методы анализа коммуникации.
61. Коммуникации в постиндустриальном обществе: влияние глобализации и распространения сети Интернет (глокальность, интерактивность, мультимедийность, креативность, сетевая организация).
62. Основные этапы развития, направления и школы социологии массовой коммуникации.
63. Средства массовой коммуникации и государственная власть: модели взаимодействия и реальная практика.
64. Глобализация СМК и национальные государства. Понятия культурного империализма и медиа-активизма.
65. Роль массовой коммуникации в формировании и функционировании общественного мнения.
66. Средства массовой коммуникации: роль в освещении и решении социальных проблем.
67. Социальные исследования в сфере средств массовой коммуникации.
68. Медиа XXI века: характеристика нового киберпространства.
69. Место и роль СМИ в деятельности PR-служб.
70. Аудитория СМИ и сети Интернет: социологические способы ее изучения.
71. Психологические процессы в массовых коммуникациях.
72. Значение стереотипов в восприятии информации массовых коммуникаций.
73. Психология слухов: виды, закон циркуляции, условия возникновения, последствия, борьба со слухами, создание слухоустойчивой среды.
74. Роль ценностей в восприятии информации массовых коммуникаций.
75. Психология массового поведения: психология толпы в исследованиях Г. Лебона, Г. Тарда.
76. Методы психологического воздействия в массовых коммуникациях.
77. Социально-психологическая установка: структура, формирование в массовых коммуникациях.

78. Понятие, основные категории и концепции маркетинга.
79. Стратегии и планирование комплекса маркетинга.
80. Концепция маркетинг-микс: продукт, цена, дистрибуция.
81. Основные стратегии ценообразования в маркетинге: дискриминационное и стимулирующее ценообразование.
82. Понятие конкурентного анализа в маркетинге.
83. Управление маркетингом: анализ рынка, сегментирование, отбор целевого сегмента, позиционирование товара
84. Методы маркетингового исследования: эксперимент, наблюдение, опрос, интервью, контент-анализ, методы математической статистики.
85. Понятие «интегрированные маркетинговые коммуникации». Их роль в продвижении продукции предприятия.
86. Сравнительный анализ американской и японской моделей менеджмента.
87. Системный подход к управлению в современном менеджменте.
88. Логистика: понятие, цели, основные системы обеспечения, элементы, виды, система.
89. Цели, целеполагание в менеджменте предприятия. Управление по целям.
90. Форматы подготовки новостных материалов в сфере интернет-коммуникаций.
91. Функции современной пресс-службы.
92. Структура информационного процесса. Управление информацией.
93. Специфика деятельности личного пресс-секретаря.
94. Планирование и организация взаимодействия со СМИ.
95. Процедура аккредитации журналистов.
96. Корпоративный сайт как информационный ресурс организации.
97. Коммуникационный менеджмент: сфера его применения, функции, задачи.
98. Корпоративная социальная ответственность и благотворительность.
99. Задачи коммуникационного менеджмента в формировании корпоративной культуры предприятия, организации.
100. Информационное сопровождение лоббистской деятельности: скрытый и открытый лоббизм.
101. Процесс и условия формирования корпоративной идентичности.
102. Формирование миссии, видения, корпоративной философии организации.

Рекомендации обучающимся по подготовке к государственному экзамену

При подготовке к государственному экзамену обучающимся рекомендуется изучить основную и дополнительную литературу. Исходя из перечня вопросов, выносимых на государственный экзамен, необходимо составить конспект по каждому вопросу на основе анализа предлагаемой литературы.

На консультациях, проводимых перед государственным экзаменом, обучающиеся могут уточнить информацию по вопросам, выносимым на государственный экзамен.

Перечень рекомендуемой литературы для подготовки к государственному экзамену

Основная литература:

1. Кибанов, А.Я Конфликтология : учебник / А.Я Кибанов М.: ИНФРА-М, 2011.- 301с.
2. Чумиков, А. Н. Связи с общественностью теория и практика: учебник для вузов /А. Н. Чумиков, М. П. Бочаров. - М.: Дело, 2010. - 560 с.
3. Чумиков, А. Н. Реклама и связи с общественностью: имидж, репутация, бренд: учебное пособие для вузов/А. Н. Чумиков.- М.: Аспект Пресс, 2012.-157 с.
4. Шарков, Ф.И. Паблик рилейшенз: учебник / Ф.И. Шарков; Дашков и К, 2012.- 416 с.

Дополнительная литература:

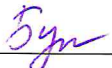
1. Алексеева, М.И. Средства массовой информации России: учебное пособие для вузов/ М. И. Алексеева, Л. Д. Болотова, Е. Л. Варганова и др. - М.: Аспект Пресс, 2011.-389с.
2. Алтунина, И. Р. Социальная психология: учебник для вузов /И. Р. Алтунина, Р. С. Немов.-М.: Юрайт, 2011.- 426 с.
3. Баранов, А.А. Общая психология и психология личности: учебник для вузов/А. А. Баранов, Ж. К. Дандарова, А. А. Реан и др.- М.: АСТ, 2011.-639 с.
4. Березкина, О.П. Политический консалтинг: учебник для вузов/ О.П Березкина.-М.: Академия, 2008.- 330с.
5. Габинская, О. С. Маркетинговые коммуникации :учебное пособие для вузов/О. С. Габинская, Н. В. Дмитриева.-М.:Академия, 2010.-239 с.
6. Герчикова, И.Н. Менеджмент: учебник для вузов/ И.Н.Герчикова.- Юнити-Дана, 2012.- 511с.
7. Головлева, А.А. Основы рекламы: учебное пособие. / А.А.Головлева. Академический проспект. 2008. – 336 с.
8. Иванова, К.А. Копирайтинг: секреты составления рекламных и PR-текстов. / К.А. Иванова. – СПб.: Питер, 2007. – 160 с.
9. Каменская, Е. Н. Социальная психология: конспект лекций /Е.Н. Каменская.-Изд. 4-е.- Ростов-на-Дону: Феникс, 2008.-186 с.
10. Канке, В. А.. Философия менеджмента: учебник для вузов / В.А.Канке.-М.:КНОРУС, 2010.-388 с.
11. Кочеткова, А. В. Современная пресс-служба /А.В. Кочеткова, А.С.Тарасов.- М: Изд-во ЭКСМО, 2008. – 272 с.
12. Крутских, А.В. Инновационные направления современных международных отношений: учебное пособие для вузов / А.В. Крутских, А.В. Бирюков, Е.С. Зиновьева. Аспект-Прогресс, 2010,-295 с.
13. Катернюк, А. В. Практическая реклама: учебное пособие для вузов /А. В. Катернюк. - Ростов-на-Дону: Феникс, 2008.-429 с.
14. Кузнецов, В.Ф.Связи с общественностью: теория и технологии: учебник для вузов / В. Ф. Кузнецов. ИГУМО.-Изд. 2-е, доп. и перераб. - М.: Аспект Пресс, 2008.-301 с.
15. Лебедев - Любимов, А.Н. Психология рекламы: учебное пособие для вузов / - 2-е изд. - СПб.: Питер, 2009.-384 с.
16. Почекаев, Р.Ю. Стилистика и литературное редактирование: учебник для вузов / Р.Ю. Почекаев, В. И. Максимов, Ю. А. Бельчиков, А. В. Голубева; под ред. В. И. Максимова.- 3-е изд.-М.: Гардарики, 2008.-653 с.
17. Петрова, В.И. Бухгалтерский учет в бюджетных учреждениях (Россия, Франция): учебное пособие для вузов / В. И. Петрова, А. Ю. Петров, А. Н. Сорокин, А. Е. Суглобов.-М.:КНОРУС, 2010.-182 с.
18. Поляков, В.В. Мировая экономика и международный бизнес: учебник для вузов / В. В. Поляков, Р. К. Щенин, Ю. Л. Адно.-М.:КНОРУС, 2009.-680 с.
19. Рогуленко, Т.М. Аудит: учебник для вузов / Т. М. Рогуленко, С. В. Пономарева. - М.:КНОРУС, 2010.-415 с.
20. Романов, А. А.. Массовые коммуникации: учебное пособие для вузов /А. А. Романов, Г. А. Васильев.- М.: Вузский учебник, 2009.-234 с.
21. Руженцева, Н.Б. Стилистика и литературное редактирование рекламных и PR-текстов: учебное пособие/ Н.Б. Руженцева.- Флинта, 2011.- 181с
22. Сергеева, А.И. Практикум по постановке голоса и выразительности чтения: учебно-методическое пособие /А. И. Сергеева; Федеральное агентство по образованию, ГОУ ВПО ТГПУ. - Томск: Издательство ТГПУ, 2010.-99 с.
23. Ушанов, П.В. Медиа рилейшенз. Основные аспекты взаимодействия СМИ и public relations: учебное пособие/ П.В. Ушанов. – Флинта, 2012.-80 с.
24. Харитонов, М.В. Реклама и PR в массовых коммуникациях / М.В. Харитонов.- СПб.: Речь, 2008.-196 с.

25. Хасан, Б. И. Психология конфликта и переговоры: учебное пособие для вузов / Б. И. Хасан, П. А. Сергоманов.- М.: Академия, 2008.-190 с.
26. Чумиков, А.Н. Актуальные связи с общественностью: сфера, генезис, технологии, области применения /А.Н.Чумиков, М.П. Бочаров. - М.: Высшее образование, 2009. – 721с.
27. Чумиков, А. Н. Связи с общественностью: теория и практика: учебник для вузов /А. Н. Чумиков, М. П. Бочаров.-5-е изд., перераб. и доп.-М.: Дело, 2008.-557с.
28. Шарков, Ф. И. Коммуникология: основы теории коммуникации: учебник для вузов/ Ф.И. Шарков.- Дашков и К, 2013.-488с
29. Шарков, Ф.И. Коммуникология: коммуникационный консалтинг: учебное пособие / Ф.И. Шарков – М.: Дашков и К, 2011.- 408 с.
30. Шарков, Ф.И. Коммуникология: социология массовой коммуникации: учебное пособие/ Ф.И. Шарков.- Дашков и К , 2012.- 329 с.

Программа государственного экзамена «Теория и практика связей с общественностью» составлена в соответствии с государственным образовательным стандартом высшего профессионального образования по специальности 032401 Реклама.

Программу составили:


Зав. кафедрой рекламы и связей с общественностью, к.м.н.

 Т.А. Булатова

Доцент кафедры рекламы и связей с общественностью, к.б.н.

 Е.И. Черных

Доцент кафедры рекламы и связей с общественностью, к.ф.н.

 А.П. Глухов

Программа государственного экзамена «Теория и практика связей с общественностью» утверждена на заседании кафедры рекламы и связей с общественностью факультета психологии, связей с общественностью, рекламы, протокол № 1 от «29» августа 2015 г.

Зав. кафедрой рекламы и связей с общественностью, к.м.н.

 Т.А. Булатова

Программа государственного экзамена «Теория и практика связей с общественностью» одобрена учебно-методической комиссией факультета психологии, связей с общественностью, рекламы, протокол № 4 от «01» сентября 2015 г.

Председатель учебно-методической комиссии
доцент кафедры психологии развития личности, к.пс.н

 Т.Г. Гадельшина


Программа государственного экзамена «Теория и практика связей с общественностью» одобрена на заседании Ученого совета факультета психологии, связей с общественностью, рекламы, протокол № 2 от «28» сентября 2015 г.

Председатель Ученого совета,
Декан ФПСОР

 Е.В. Гребенникова

СОГЛАСОВАНО:

Проректор по НОРР

 М.П. Войтеховская

Проректор по ОУД

 И.Г. Санникова