

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
"Амурский государственный университет"

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной и  
научной работе

Лейфа А.В. Лейфа

« 1 » сентября 2022 г.

## ПРОГРАММА

государственной итоговой аттестации выпускников по направлению подготовки  
42.04.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль) образовательной программы – Реклама и связи с  
общественностью в государственных и коммерческих структурах

Квалификация выпускника – Магистр

Год набора – 2022

Форма обучения – Очная

2022

Программа разработана на основании квалификационных требований ФГОС ВО 42.04.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденного приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 08.06.17 № 528

Ответственный разработчик

доцент И.А. Кунгушева

Кунгушева

Программа обсуждена на заседании кафедры русского языка, коммуникации и журналистики, 01.09.2022 г., протокол № 01

Заведующий кафедрой

Иващенко

Е.Г. Иващенко

СОГЛАСОВАНО

Научная библиотека

Петрович

О.В. Петрович

« 1 » сентября 2022 г.

СОГЛАСОВАНО

Центр цифровой трансформации и  
технического обеспечения

Тодосейчук

А.А. Тодосейчук

« 1 » сентября 2022 г.

## 1 Общие положения

1.1. Федеральным государственным образовательным стандартом ВО по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденным приказом Министерством науки и высшего образования РФ 08.06.17 № 528 предусмотрена государственная итоговая аттестация выпускников в виде:

а) защиты выпускной квалификационной работы

1.2 Виды деятельности выпускников и соответствующие им типы задач профессиональной деятельности:

1.2.1 Виды деятельности выпускников

- 1) авторский;
- 2) организационно-управленческий.
- 3) научно-исследовательский.

1.2.2 Типы задач профессиональной деятельности

Типы задач профессиональной деятельности выпускника определяются по данному направлению на основе соответствующих ФГОС ВО с учетом специфики выбранной области профессиональной деятельности.

Задачи профессиональной деятельности выпускника формулируются для каждого выбранного типа профессиональной деятельности.

Области профессиональной деятельности и (или) сферы профессиональной деятельности, в которых выпускники, освоившие программу магистратуры (далее - выпускники), могут осуществлять профессиональную деятельность:

06 Связь, информационные и коммуникационные технологии (в сфере продвижения продукции средств массовой информации, включая печатные издания, телевизионные и радиопрограммы, онлайн-ресурсы).

Магистр по направлению подготовки должен решать следующие профессиональные типы задач в соответствии с видами профессиональной деятельности.

1. Авторский. Осуществление авторской деятельности любого уровня сложности в сфере рекламы и связей с общественностью.

2. Организационно- управленческий. Организация работы и руководство (подразделением) в современной индустрии рекламы и связей с общественностью.

3. Научно-исследовательский. Проведение научного исследования в сфере рекламы и связей с общественностью на основе самостоятельно разработанной или адаптированной методологии и методики.

1.2.3. Требования к профессиональной подготовленности выпускника, необходимые для выполнения им задач профессиональной деятельности

В результате освоения программы магистратуры у выпускника должны быть сформированы универсальные, общепрофессиональные и профессиональные компетенции.

а) Универсальные компетенции и индикаторы их достижения

Категория (группа) универсальных компетенций	Код и наименование универсальной компетенции	Код и наименование индикатора достижения универсальной компетенции
Системное и критическое мышление	УК-1 Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, выработать стратегию действий	ИД-1УК-1 Осуществляет анализ критических ситуаций и определяет направленность деятельности в научной, информационно-правовой и профессиональной сфере

Разработка и реализация проектов	УК-2 Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла	ИД-1УК-2 Демонстрирует способность управления разного рода проектами в области рекламы и связей с общественностью
Командная работа и лидерство	УК-3 Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели	ИД-1УК-3 Знает специфику менеджмента в системе стратегического руководства профессиональными объединениями в организациях, занимающихся рекламой и ПР
Коммуникация	УК-4 Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия	ИД-1УК-4 Знает особенности применения коммуникативных технологий на русском и иностранном языке в общемедийном и профессиональном языковом пространстве
Межкультурное взаимодействие	УК-5 Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия	ИД-1УК-5 Осуществляет анализ коммуникативных знаков и единиц с учётом межкультурного взаимодействия
Самоорганизация и саморазвитие (в том числе здоровьесбережение)	УК-6 Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки	ИД-1УК-6 Демонстрирует способность психологически и организационно определять приоритеты собственной деятельности

б) Общепрофессиональные компетенции и индикаторы их достижения

Категория (группа) общепрофессиональных компетенций	Код и наименование общепрофессиональной компетенции	Код и наименование индикатора достижения общепрофессиональной компетенции
Продукт профессиональной деятельности	ОПК-1 Способен планировать, организовывать и координировать процесс создания востребованных обществом и индустрией	ИД-1ОПК-1 Знает особенности всех этапов и принципов производства медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов ИД-2ОПК-1 Управляет процессом подготовки востребованных индустрией рекламы и связей с

	медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, отслеживать и учитывать изменение норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем	общественностью текстов и (или) иных коммуникационных продуктов с учетом изменений норм русского (иностранного) языков и особенностей иных знаковых систем
Общество и государство	ОПК-2 Способен анализировать основные тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	ИД-1ОПК-2 Выявляет причинно-следственные связи в проблемах взаимодействия общественных и государственных институтов ИД-2ОПК-2 Анализирует основные тенденции развития общественных и государственных институтов и использует результаты анализа при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов
Культура	ОПК-3 Способен анализировать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	ИД-1ОПК-3 Знает этапы и тенденции развития отечественного и мирового культурного процесса ИД-2ОПК-3 Анализирует и использует достижения отечественной и мировой культуры при подготовке текстов рекламы и связей с общественностью и (или) разработке и реализации иных коммуникационных продуктов
Аудитория	ОПК-4 Способен анализировать потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты	ИД-1ОПК-4 Интерпретирует данные социологических исследований о потребностях общества и интересах отдельных аудиторных групп ИД-2ОПК-4 Организует процесс изучения аудиторий и использует его результаты, выявленные данные о потребностях общества и целевых групп при подготовке текстов рекламы и связей с общественностью и (или) разработке / реализации иных коммуникационных продуктов
Медиакоммуникацион	ОПК-5 Способен для	ИД-1ОПК-5 Выявляет особенности

<p>ная система</p>	<p>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</p>	<p>политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях ИД-2ОПК-5 При принятии профессиональных решений по подготовке текстов рекламы и связей с общественностью и (или) разработке и реализации иных коммуникационных продуктов использует выявленные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира. Разрабатывает коммуникационные продукты в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом условий функционирования конкретной медиакоммуникационной системы, правовых и этических норм регулирования</p>
<p>Технологии</p>	<p>ОПК-6 Способен отбирать и внедрять в процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии</p>	<p>ИД-1ОПК-6 Отслеживает глобальные тенденции модернизации технического оборудования, программного обеспечения и расходных материалов, необходимых для осуществления профессиональной деятельности ИД-2ОПК-6 Отбирает и внедряет в профессиональную деятельность современные технологии рекламы и связей с общественностью, цифровые инструменты, технические средства и программное обеспечение</p>
<p>Эффекты</p>	<p>ОПК-7 Способен оценивать и прогнозировать возможные эффекты в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности</p>	<p>ИД-1ОПК-7 Знает закономерности формирования эффектов и последствий профессиональной деятельности, концепции ее социальной ответственности ИД-2ОПК-7 Осуществляет профессиональную деятельность в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом оценки и прогнозирования возможных эффектов разрабатываемых коммуникационных решений. Применяет при разработке и реализации коммуникационного продукта принципы социальной</p>

в) Профессиональные компетенции и индикаторы их достижения

Код и наименование профессиональной компетенции	Код и наименование индикатора достижения профессиональной компетенции
<p>ПК-1. Способен организовать работу и руководить подразделением (предприятием) в сфере рекламы и связей с общественностью</p>	<p>ИД-1ПК-1 Выполняет функционал руководителя линейного/ функционального подразделения отдела по рекламе и (или) связям с общественностью организации или коммуникационного/ рекламного/ PR-агентства ИД-2ПК-1 Организует работу по совершенствованию внешних и внутренних коммуникаций и мероприятия по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры ИД-3ПК-1 Контролирует и регулирует ход выполнения проектной работы в сфере рекламы и связей с общественностью ИД-4ПК-1 На основании знания специфики функционирования предприятий современной коммуникационной индустрии выстраивает работу подразделения / предприятия, применяет технологии организации коммуникационной работы</p>
<p>ПК-2. Способен осуществлять проектно-аналитическую деятельность с учетом специфики профессиональной сферы</p>	<p>ИД-1ПК-2 Отбирает аналитические методы и инструменты для целеполагания, планирования и оценки эффективности коммуникационной стратегии, коммуникационного проекта и применяет их на практике. ИД-2ПК-2 Проводит анализ ситуации и разрабатывает проекты и кампании в сфере рекламы и связей с общественностью</p>
<p>ПК-3. Способен осуществлять авторскую деятельность по созданию текста рекламы и связей с общественностью и (или) иного коммуникационного продукта любого уровня сложности с учетом специфики коммуникационных задач и имеющегося мирового и отечественного опыта</p>	<p>ИД-1ПК-3 Создает тексты рекламы и связей с общественностью любого уровня сложности с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта ИД-2ПК-3 Создает сценарии для специальных событий и мероприятий с учетом специфики коммуникационных задач ИД-3ПК-3 Формулирует целевой репутационный образ организации/компании/ персоны ИД-4ПК-3</p>

	Интегрирует коммуникации для эффективной реализации коммуникационной стратегии
--	--

## 2 Требования к выпускной квалификационной работе

### 2.1. Вид выпускной квалификационной работы

Выпускная квалификационная работа выполняется в форме магистерской диссертации. Выпускная квалификационная работа (ВКР) представляет собой самостоятельное законченное исследование, написанное лично выпускником под руководством научного руководителя, свидетельствующее об умении выпускника работать с литературой, обобщать и анализировать фактический материал, используя теоретические знания и практические навыки, полученные при освоении профессиональной образовательной программы.

### 2.2. Структура выпускной квалификационной работы и требования к ее содержанию

Выпускная квалификационная работа по направлению подготовки 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью» выполняется в форме магистерской диссертации.

Магистерская диссертация носит исследовательский и (или) проектно-творческий характер. Исследовательская составляющая включает работу по анализу актуальных проблем истории, теории и практики рекламы и связей с общественностью. Проектно-творческая составляющая представляет собой комплекс рекламных и ПР-продуктов (печатных, теле-, радиоматериалов и других материалов, подготовленных выпускником за последний год обучения, и их теоретико-практическое осмысление).

В ВКР студент должен продемонстрировать:

в исследовательской деятельности

- умение выделить проблему, актуальную в определенной области рекламы и пиар;
- умение определить объект и предмет исследования;
- умение сформулировать его цели и задачи;
- способность исследовать проблему, анализировать имеющийся эмпирический материал и научную литературу, способность делать обоснованные выводы, используя базовые теоретические и практические знания, полученные в процессе общепрофессиональной и специально-профессиональной подготовки;

в проектно-творческой деятельности

- уверенные профессиональные навыки подготовки рекламных и ПР-материалов в разных жанрах для печати, телевидения, радио, интернет и различного рода мероприятий;
- достаточный уровень профессиональной рефлексии – умение оценить и анализировать свои продукты, используя в качестве исходной базы полученные общепрофессиональные и профессиональные знания.

Общими требованиями к ВКР являются:

- логичность, последовательность, системность в изложении материала при раскрытии темы;
- четкость построения плана, полнота реализации исследовательских задач;
- целевая направленность приводимого теоретического и практического материала, его подчиненность исследовательскому замыслу и алгоритму решения поставленных задач;
- грамотность методологического и методического аппарата исследования;
- всесторонность в обосновании актуальности темы и точность постановки проблемы исследования;
- конкретность целей и задач исследования, принципиальная возможность их достижения и решения в ходе работы;

- полнота изложения изучаемых вопросов;
  - привлечение широкого круга научной литературы и, прежде всего, первоисточников;
  - самостоятельность, убедительность аргументации и доказательность суждений, выводов и предложений, которые содержатся в соответствующих разделах работы и в заключении;
  - наличие приложений, содержащих исходный рабочий материал;
  - грамотность написания, правильность и аккуратность оформления;
  - соответствие оформления списка литературы требованиям СТО СМК 4.2.3.05 – 2011 «Оформление выпускных квалификационных и курсовых работ (проектов)».
- ВКР выполняется студентами на соответствующей кафедре под руководством научного руководителя.

Выпускная квалификационная работа (магистерская диссертация) должна быть актуальной, соответствовать современному состоянию и перспективам развития науки, представлять собой самостоятельное исследование.

Диссертационная работа должна содержать обоснование выбора темы исследования, актуальности и новизны поставленной задачи, указание на методы исследования, обзор литературы по теме исследования, описание хода практической части исследования, изложение полученных результатов, их анализ, выводы, список использованной литературы и оглавление.

Структурными элементами всех видов ВКР являются:

- титульный лист (на стандартном бланке);
- задание (на стандартном бланке);
- реферат (содержит краткое изложение цели и важнейших результатов работы);
- содержание (включает введение, наименование всех разделов и подразделов с указанием номеров страниц, на которых они начинаются);
- введение (рассматривается актуальность темы, основные положения и документы, лежащие в основе работы, кратко характеризуется современное состояние вопроса или проблемы, формулируются цель, поставленные задачи и возможные пути их решения);
- основная часть (состоит из нескольких разделов, перечень которых определяется руководителем в зависимости от тематики и направления работы);
- заключение (содержит окончательные выводы по работе; отражает степень выполнения поставленных задач, возможные пути использования полученных результатов, а также направления дальнейшего развития данной темы);
- библиографический список;
- приложения.

Материалы выпускной квалификационной работы (ВКР) оформляются в соответствии с СТО СМК 4.2.3.05 – 2011 «Оформление выпускных квалификационных и курсовых работ (проектов)».

### 2.3 Примерная тематика и порядок утверждения тем выпускных квалификационных работ

Выпускная квалификационная работа является результатом теоретических и эмпирических исследований. Тематика ВКР направлена на реализацию компетенций ОПК и ПК. Предлагаемая тематика должна отличаться актуальностью и новизной, соответствовать профилю подготовки выпускников.

К защите представляются диссертационные работы, посвященные исследованию малоизученных проблем истории и теории отечественной рекламы и пиар, творческие работы. Проблематика исследований может быть связана с региональным компонентом.

Тематика ВКР разрабатывается ведущими сотрудниками кафедры с учетом пожеланий студентов и по заявкам работодателей.

Выпускающая кафедра утверждает перечень тем ВКР, предлагаемых обучающимся, и доводит его до сведения обучающихся не позднее чем за 6 месяцев до даты начала ГИА. Для подготовки ВКР за обучающимся (несколькими обучающимися,

выполняющими ВКР совместно) не позднее чем за две недели до начала преддипломной практики приказом ректора закрепляется руководитель ВКР из числа работников Университета, внешний рецензент и при необходимости консультант (консультанты). Консультанты по отдельным разделам ВКР проводят консультации с учетом темы и задания на ВКР. Заведующие кафедрами, где работают консультанты, до начала выполнения ВКР составляют расписание консультаций на весь период выполнения работ и доводят его до сведения обучающихся.

Изменение темы ВКР разрешается в исключительных случаях по заявлению обучающегося с обоснованием причин, поданного не позднее, чем за месяц до срока защиты. Все изменения утверждаются приказом проректора по УР.

По письменному заявлению обучающегося (нескольких обучающихся, выполняющих ВКР совместно) заведующим кафедрой может быть предоставлена обучающемуся (обучающимся) возможность подготовки и защиты ВКР по теме, предложенной обучающимся (обучающимися), в случае обоснованности целесообразности ее разработки для практического применения в соответствующей области профессиональной деятельности или на конкретном объекте профессиональной деятельности.

Требования к ВКР и методические указания к ним, требования к иным материалам, представляемым к защите, доводятся до сведения обучающихся путем выставления на сайт Университета.

Тексты ВКР магистрантов подлежат размещению в электронно-библиотечной системе университета, проверке на объем заимствований. Порядок размещения, проверки на объем заимствования, в том числе содержательного, выявления неправомерных заимствований устанавливается локальными нормативными актами Университета.

Примерная тематика магистерских диссертаций

1. Продвижение телеканала «Свой» в условиях экономического кризиса.
2. PR- инструменты в формировании внутрикорпоративного имиджа образовательного учреждения.
3. Формирование положительного имиджа Фестиваля кино и театра «Амурская осень».
4. Продвижение продукции Handmade средствами рекламы.
5. Формирование и поддержка имиджа телекомпании ГТРК «Амур» средствами PR.
6. Дейктические маркеры в рекламном дискурсе.
7. PR-кампания как средство продвижения радиостанции «Радио АСТВ».
8. Рестайлинг как одно из средств формирования бренда образовательной организации.
9. Продвижение магазина в сети Интернет средствами рекламы.
10. Российская социальная реклама, направленная на борьбу с вирусом COVID-19

## **2.4 Учебно-методическое и информационное обеспечение**

### **2.4.1 Рекомендуемая литература**

1. Бердышев, С. Н. Секреты эффективной интернет-рекламы: практическое пособие / С. Н. Бердышев. — Москва: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2018. — 121 с. — ISBN 978-5-394-01667-7. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: [https:// www.iprbookshop.ru/75200.html](https://www.iprbookshop.ru/75200.html) (дата обращения: 20.05.2022). — Режим доступа: для авторизир. Пользователей
2. Булатова, С. Н. Теория и практика связей с общественностью: учебное пособие / С. Н. Булатова. — Кемерово : Кемеровский государственный институт культуры, 2012. — 80 с. — ISBN 978-5-8154-0229-4. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: [https:// www.iprbookshop.ru/22113.html](https://www.iprbookshop.ru/22113.html) (дата обращения: 23.05.2022). — Режим доступа: для авторизир. пользователей
3. Гринберг, Т. Э. Коммуникационная концепция связей с общественностью: модели, технологии, синергетический эффект / Т. Э. Гринберг. — Москва : Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, 2012. — 324 с. — ISBN 978-5-211-06399-0. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR

- SMART : [сайт]. — URL: [https:// www.iprbookshop.ru/54633.html](https://www.iprbookshop.ru/54633.html) (дата обращения: 19.05.2022). — Режим доступа: для авторизир. пользователей
4. Душкина, М. Р. Технологии рекламы и связей с общественностью в маркетинге: учебник для вузов / М. Р. Душкина. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 462 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12811-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: [https:// www.urait.ru/bcode/496326](https://www.urait.ru/bcode/496326) (дата обращения: 20.05.2022).
5. Емельянов, С. М. Теория и практика связей с общественностью: учебное пособие для вузов / С. М. Емельянов. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 197 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08991-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: [https:// www.urait.ru/bcode/492279](https://www.urait.ru/bcode/492279) (дата обращения: 23.05.2022).
6. Жильцова, О. Н. Рекламная деятельность: учебник и практикум для вузов / О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 233 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-9889-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: [https:// www.urait.ru/bcode/489960](https://www.urait.ru/bcode/489960) (дата обращения: 23.05.2022).
7. Колышкина, Т. Б. Реклама в местах продаж: учебное пособие для вузов / Т. Б. Колышкина, И. В. Шустина, Е. В. Маркова. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 222 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12663-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://www.urait.ru/bcode/494889> (дата обращения: 20.05.2022).
8. Корнеева, И. В. Маркетинг: учебник и практикум для вузов / И. В. Корнеева, В. Е. Хруцкий. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 436 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-03565-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://www.urait.ru/bcode/490858> (дата обращения: 19.05.2022).
9. Мельникова, Н. А. Медиапланирование. Стратегическое и тактическое планирование рекламных кампаний / Н. А. Мельникова. — 3-е изд. — Москва: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2020. — 178 с. — ISBN 978-5-394-03570-8. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/90235.html> (дата обращения: 23.05.2022). — Режим доступа: для авторизир. пользователей
10. Поляков, В. А. Разработка и технологии производства рекламного продукта: учебник и практикум для вузов / В. А. Поляков, А. А. Романов. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 502 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-05261-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://www.urait.ru/bcode/489057> (дата обращения: 20.05.2022).
11. Сайкин, Е. А. Организация и проведение кампаний в связях с общественностью : учебное пособие / Е. А. Сайкин, З. Н. Сергеева. — Новосибирск : Новосибирский государственный технический университет, 2014. — 84 с. — ISBN 978-5-7782-2381-3. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: [https:// www.iprbookshop.ru/44973.html](https://www.iprbookshop.ru/44973.html) (дата обращения: 23.05.2022). — Режим доступа: для авторизир. пользователей
12. Синяева, И. М. Реклама и связи с общественностью: учебник для вузов / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, Д. А. Жильцов. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 552 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14843-5. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: [https:// www.urait.ru/bcode/488737](https://www.urait.ru/bcode/488737) (дата обращения: 20.05.2022).
13. Трищенко, Д. А. Техника и технологии рекламного видео: учебник и практикум для вузов / Д. А. Трищенко. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 177 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11564-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: [https:// www.urait.ru/bcode/495892](https://www.urait.ru/bcode/495892) (дата обращения: 20.05.2022).
14. Федотова, Л. Н. Реклама: теория и практика: учебник для вузов /

Л. Н. Федотова. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 391 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-8299-2. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://www.urait.ru/bcode/489371> (дата обращения: 20.05.2022).

#### 2.4.2 Программное обеспечение и Интернет-ресурсы

№	Наименование	Описание
1	Операционная система MS Windows 7 Pro	DreamSpark Premium Electronic Software Delivery (3 years) Renewal по договору - Сублицензионный договор № Tr000074357/КНВ 17 от 30 июня 2019 года.
2	MS Access 2016	DreamSpark Premium Electronic Software Delivery (3 years) Renewal по договору – Сублицензионный договор № Tr000074357/КНВ 17 от 30 июня 2019 года.
3	MS Visio 2016	DreamSpark Premium Electronic Software Delivery (3 years) Renewal по договору – Сублицензионный договор № Tr000074357/КНВ 17 от 30 июня 2019 года.
4	MS InfoPath 2016	DreamSpark Premium Electronic Software Delivery (3 years) Renewal по договору – Сублицензионный договор № Tr000074357/КНВ 17 от 30 июня 2019 года.
5	MS OneNote 2016	DreamSpark Premium Electronic Software Delivery (3 years) Renewal по договору – Сублицензионный договор № Tr000074357/КНВ 17 от 30 июня 2019 года.
6	MS Project 2016	DreamSpark Premium Electronic Software Delivery (3 years) Renewal по договору – Сублицензионный договор № Tr000074357/КНВ 17 от 30 июня 2019 года.
7	<a href="http://www.iprbookshop.ru">http://www.iprbookshop.ru</a>	Электронно-библиотечная система IPRbooks – научно-образовательный ресурс для решения задач обучения в России и за рубежом. Уникальная платформа ЭБС IPRbooks объединяет новейшие информационные технологии и учебную лицензионную литературу.
8	ЭБС ЮРАЙТ <a href="https://www.biblio-online.ru/">https://www.biblio-online.ru/</a>	Фонд электронной библиотеки составляет более 4000 наименований и постоянно пополняется новинками, в большинстве своем это учебники и учебные пособия для всех уровней профессионального образования от ведущих научных школ с соблюдением требований новых ФГОСов.
9	<a href="http://www.elibrary.ru">http://www.elibrary.ru</a>	Научная электронная библиотека. Крупнейший российский информационный портал, содержащий тексты научных статей, публикаций, электронные версии 220 научных журналов.

#### 2.4.3 Профессиональные базы данных и информационные справочные системы

№	Наименование	Описание
1	<a href="https://scholar.google.ru/">https://scholar.google.ru/</a>	Google Scholar —поисковая система по полным текстам научных публикаций всех форматов и дисциплин.
2	<a href="https://uisrussia.msu.ru/">https://uisrussia.msu.ru/</a>	Университетская информационная система РОССИЯ (УИС РОССИЯ).
3	<a href="http://www.ict.edu.ru/about">http://www.ict.edu.ru/about</a>	Информационно- коммуникационные технологии в образовании - федеральный образовательный портал
4	<a href="https://www.raso.ru/">https://www.raso.ru/</a>	Российская Ассоциация по Связям с Обществом.

		Официальный сайт.
5	<a href="http://www.advi.ru">http://www.advi.ru</a>	Российский журнал «Рекламные идеи» Ресурс включает новейшие разработки в области брэндинга (создания и продвижения на рынок торговых марок) и креатива.
6	<a href="http://www.outdoor.ru/">http://www.outdoor.ru/</a>	Специализированный портал Outdoor.ru Профессиональный отраслевой ресурс «Outdoor Media» посвящен индустрии рекламы, содержит тематические информационно-образовательные данные.
7	<a href="http://www.rwr.ru/">http://www.rwr.ru/</a>	Реклама в России. Информационный портал сожаций информацию о законодательстве в области рекламы. Новые идеи и решения, рубрики "Наружная реклама", "Реклама в прессе", "Public Relations", "Медиапланирование", "Электронные СМИ", "Маркетинг", Наружная реклама" и пр.
8	<a href="http://www.advertme.ru/">http://www.advertme.ru/</a>	AdvertMe. Рекламный портал. Специализированный интернет-проект содержащий информацию о рекламном бизнесе, пр, брендинге, маркетинге и менеджменте

## 2.5 Порядок выполнения и представления в ГЭК выпускной квалификационной работы

Непосредственная подготовка выпускной квалификационной проходит в соответствии с учебным планом и Положением о ГИА (ПУД СМК 82-2017).

После получения темы и задания (не позднее, чем за 6 месяцев до начала ГИА) студент совместно с руководителем составляет график работы над выпускной квалификационной работой, и приступает к его выполнению. В течение всего срока проектирования студент обязан являться к руководителю и на контрольные точки.

Руководитель выпускной квалификационной работы:

- выдает задание к работе;
- оказывает студенту помощь в разработке календарного графика работы на весь период выполнения выпускной квалификационной работы;
- рекомендует студенту основную литературу, справочные, архивные материалы и другие источник по теме;
- консультирует студента по разделам выпускной квалификационной работы в соответствии с календарным планом;
- контролирует процесс выполнения работы;
- несет ответственность за научный уровень и качественное содержание работы;
- составляет отзыв.

Тексты ВКР обучающихся обязательно должны пройти проверку на уникальность, которая осуществляется с использованием системы «Антиплагиат» в целях повышения качества организации и эффективности учебного процесса, контроля самостоятельности выполнения ими работ, а также соблюдения обучающимися прав интеллектуальной собственности граждан и юридических лиц.

До защиты ВКР кафедра организует предварительную защиту ВКР комиссией численностью не менее 3 человек, состоящей из штатных сотрудников ППС выпускающей кафедры. По окончании работа предоставляется рецензенту и руководителю для написания отзыва (не менее чем за 10 дней до защиты). Затем работа представляется на подпись заведующему кафедрой.

Если в ходе предварительной защиты диссертационная работа не получает положительного отзыва членов комиссии, то вопрос о допуске к защите рассматривается на заседании кафедры с участием руководителя и студента. Протокол заседания кафедры служит основанием для того, чтобы не допустить студента к

защите.

После завершения подготовки обучающимся ВКР руководитель ВКР дает письменный отзыв о работе обучающегося в период подготовки ВКР. В случае выполнения ВКР несколькими обучающимися, руководитель ВКР дает отзыв об их совместной работе в период подготовки ВКР.

При написании отзыва руководитель обязан:

- определить степень самостоятельности студента в выборе темы, поиске материала, методике его анализа;
- оценить полноту раскрытия темы, качество анализа;
- установить уровень подготовки выпускника;
- сделать вывод о возможной защите данной ВКР.

Выпускающая кафедра обеспечивает ознакомление обучающегося с отзывом и рецензией не позднее, чем за 5 календарных дней до дня защиты ВКР.

Предоставив магистерскую диссертацию на кафедру, студент готовит выступление (доклад), наглядную информацию (схемы, таблицы, графики и другой иллюстративный материал, включая мультимедийную презентацию работы) для использования во время защиты.

## 2.6 Порядок защиты выпускной квалификационной работы

Для проведения защиты ВКР создается государственная экзаменационная комиссия.

Председатель ГЭК утверждается Министерством образования и науки РФ по представлению университета не позднее 31 декабря, предшествующего году проведения ГИА.

Председатель ГЭК утверждается из числа лиц, не работающих в университете, имеющих ученую степень доктора наук и (или) ученое звание профессора либо являющихся ведущими специалистами – представителями работодателей или их объединений в соответствующей области профессиональной деятельности. Председатели комиссий организуют и контролируют деятельность комиссий, обеспечивают единство требований, предъявляемых к обучающимся при проведении ГИА.

В состав ГЭК входят председатель комиссии и не менее 4 членов комиссии. Члены ГЭК являются ведущими специалистами – представителями работодателей или их объединений в соответствующей области профессиональной деятельности и (или) лицами, которые относятся к ППС университета и (или) к научными работниками университета и имеют ученое звание и (или) ученую степень. Доля лиц, являющихся ведущими специалистами – представителями работодателей или их объединений в соответствующей области профессиональной деятельности (включая председателя ГЭК), в общем числе лиц, входящих в состав ГЭК, должна составлять не менее 50 процентов.

На период проведения ГИА для обеспечения работы ГЭК приказом ректора назначается секретарь ГЭК из числа лиц, относящихся к ППС, научных работников или административных работников университета. Секретарь ГЭК не входит в ее состав. Секретарь ГЭК несет персональную ответственность за оформление, хранение и передачу на архивное хранение протоколов ГЭК, достоверность статистических данных по результатам итоговых испытаний.

Защита выпускной квалификационной работы проводится на открытом заседании государственной аттестационной комиссии с участием не менее 2/3 ее состава.

Решения комиссий принимаются простым большинством голосов от числа лиц, входящих в состав комиссий и участвующих в заседании. При равном числе голосов председатель комиссии обладает правом решающего голоса.

Комиссию по защите ВКР возглавляет председатель, который организует и контролирует деятельность по процедуре защиты, обеспечивает единство требований,

предъявляемых к выпускникам. Защита ВКР каждым студентом оформляется протоколом заседания ГЭК.

Секретарь ГАК передает ВКР вместе с отзывом руководителя председателю, который объявляет о защите ВКР, указывая ее название, имя и отчество ее автора, а также наличие необходимых документов.

Затем слово предоставляется самому выпускнику (в пределах 10 минут). Свое выступление он строит на основе заранее подготовленных тезисов с использованием презентационных материалов.

Содержание доклада целесообразно построить по следующему плану:

- актуальность темы выпускной квалификационной работы;
- место работы в ряду предшествующих исследований;
- новизна и достоверность полученных результатов и выводов;

Изложение сути исследования;

- предполагаемое использование полученных результатов.

После доклада члены комиссии задают автору ВКР вопросы, на которые он дает краткие, четко аргументированные ответы.

После ответов докладчика на вопросы председательствующий предоставляет слово руководителю, при его отсутствии на заседании отзыв зачитывается председательствующий или одним из членов комиссии. Автор ВКР обоснованно отвечает на замечания руководителя, а также на дополнительные вопросы членов ГЭК.

Защита завершается объявлением председателем комиссии ее окончания. После окончания публичной защиты на закрытом заседании обсуждаются результаты защиты и большинством голосов, выносит решение об оценке работы по пятибалльной системе. При равенстве голосов в ходе голосования окончательное решение принимается председателем комиссии.

Результаты защиты доводятся до студентов сразу после закрытого заседания комиссии. При положительной оценке работы и защиты Председатель ГАК объявляет о присвоении выпускнику квалификации «магистр».

Лица, не прошедшие государственную аттестацию по неуважительной причине или получившие неудовлетворительные оценки, вправе пройти государственную аттестацию повторно (в соответствии с Положением о ГИА (ПУД СМК82-2017)). Выпускник отчисляется из университета и ему выдается диплом о неполном высшем образовании.

Лицам, не вышедшим на защиту выпускной квалификационной работы, по уважительной причине (по медицинским показаниям или в других исключительных случаях, документально подтвержденных), предоставляется возможность пройти итоговые аттестационные испытания без отчисления из университета.

Дополнительные заседания государственных экзаменационных комиссий организуются в установленные университетом сроки (в соответствии с Положением о ГИА (ПУД СМК82-2017)).

2.7 Критерии выставления оценок (соответствия уровня подготовки выпускника требованиям ФГОС ВО) на основе выполнения и защиты им квалификационной работы

Результаты защиты ВКР определяются оценкам и «отлично», «хорошо», «удовлетворительно» или устанавливается факт отрицательного результата защиты.

Общими критериями оценки ВКР являются:

- актуальность темы для будущей профессиональной деятельности, соответствие содержания теме, полнота ее раскрытия;
- уровень осмысления теоретических вопросов и обобщения собранного материала, обоснованность и четкость сформулированных выводов;
- четкость структуры работы и логичность изложения материала, методологическая обоснованность исследования;
- комплексность методов исследования, применение современных технологий (в том

- числе информационных), их адекватность задачам исследования;
- владение научным стилем изложения, профессиональной терминологией, орфографическая и пунктуационная грамотность;
  - обоснованность и ценность полученных результатов исследования и выводов, возможность их применения в профессиональной деятельности выпускника;
  - применение иноязычных источников (в том числе переводных) по исследуемой теме;
  - соответствие формы представления ВКР всем требованиям, предъявляемым к оформлению работ;
  - качество устного доклада, свободное владение материалом ВКР;
  - глубина и точность ответов на вопросы, замечания и рекомендации во время защиты ВКР.

Оценка за ВКР выставляется комиссией с учетом мнения руководителя.

Кроме оценки за работу, комиссия может принять следующее решение:

- отметить в протоколе работу как выделяющуюся из других;
- рекомендовать работу к опубликованию и/или к внедрению;
- рекомендовать автора работы к поступлению в аспирантуру.

По результатам защиты ВКР оценивается оценками «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

«ОТЛИЧНО» выставляется при условии, что:

- работа содержит грамотно изложенную теоретическую базу, глубокий анализ, критический разбор деятельности СМИ, характеризуется логичным, последовательным изложением материала с соответствующими выводами и обоснованными предложениями;
- имеет положительный отзыв научного руководителя и рецензента;
- при прохождении процедуры защиты студент показывает глубокое знание темы, свободно оперирует данными исследования, легко отвечает на поставленные вопросы.

«ХОРОШО» выставляется в следующем случае:

- работа содержит грамотно изложенную теоретическую базу, достаточно подробный анализ деятельности СМИ, характеризуется последовательным изложением материала, однако выводы не вполне обоснованы;
- имеет положительный отзыв научного руководителя и рецензента;
- при защите студент показывает знание темы, оперирует данными исследования, без особых затруднений отвечает на поставленные вопросы.

«УДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО» выставляется если:

- работа содержит теоретическую главу, базируется на практическом материале, но отличается поверхностным анализом и недостаточно критическим разбором представленных ситуаций, в ней просматривается непоследовательность изложения материала, представлены необоснованные предложения;
- в отзыве руководителя или рецензента имеются существенные замечания по содержанию работы и методике анализа;
- при защите студент проявляет неуверенность, показывает слабое знание темы, не дает полного, аргументированного ответа на заданные вопросы.

«НЕУДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО» выставляется в следующих случаях:

- работа не содержит анализа и практического разбора деятельности СМИ, не отвечает требованиям, изложенным в методических указаниях кафедры;
- не имеет выводов либо они носят декларативный характер;
- в отзыве руководителя и рецензента имеются существенные критические замечания;
- при защите студент затрудняется отвечать на поставленные вопросы по теме, не знает теории вопроса, при ответе допускает грубые ошибки.