

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
БРЯНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
имени академика И.Г. Петровского

Филологический факультет

Кафедра русской, зарубежной литературы и массовых коммуникаций

УТВЕРЖДАЮ

И.о.зав. кафедрой русской, зарубежной
литературы и МК

_____ Е.В. Левичева

«27» марта 2025 г.

ПРОГРАММА

ГОСУДАРСТВЕННОЙ АТТЕСТАЦИИ

Направление подготовки:

42.04.01 «Реклама и связи с общественностью»

Направленность (профиль) программы:

**«Реклама и связи с общественностью в
организационной и коммуникативной сферах»**

Уровень высшего образования:

магистратура

Форма обучения: ***очно-заочно***

2025 г.

СОДЕРЖАНИЕ

<u>ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА</u>	
1. <u>ЦЕЛЬ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ИТОГОВОЙ АТТЕСТАЦИИ (ГИА)</u>	
2. <u>ПРОГРАММА ЗАЩИТЫ ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЫ (ВКР)</u>	
2.1 <u>Цель и задачи ВКР</u>	
2.2 <u>Компетенции обучающегося, выносимые на защиту ВКР</u>	
2.3 <u>Планируемые результаты обучения для формирования компетенций, уровни сформированности компетенций и критерии их оценивания</u>	
2.4 <u>Методические рекомендации по подготовке и защите ВКР</u>	
2.5 <u>Критерии и показатели оценки результатов защиты ВКР</u>	
2.6 <u>Список рекомендуемой учебно-методической литературы</u>	
<u>ПРИЛОЖЕНИЯ</u>	

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Программа государственной итоговой аттестации (далее - ГИА) по направлению подготовки 42.04.01 – «Реклама и связи с общественностью» направленности (профилю) «Реклама и связи с общественностью в организационной и коммуникативной сферах» составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО.

Нормативно-правовую базу разработки программы ГИА составляют:

- Федеральный закон Российской Федерации от 29 декабря 2012 года №273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации» (с изменениями и дополнениями),

- Федеральный государственный образовательный стандарт по направлению подготовки 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью» и уровню высшего образования - магистратура, утвержденный приказом Минобрнауки России от 08.06.2017 г. № 528 (далее – ФГОС ВО), редакция с изменениями N 1456 от 26.11.2020 (далее – ФГОС ВО);

- 06.009 Профессиональный стандарт СПЕЦИАЛИСТ ПО ПРОДВИЖЕНИЮ И РАСПРОСТРАНЕНИЮ ПРОДУКЦИИ СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ, утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 04.08.2014 N 535н (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 4 сентября 2014 г. N 33973).

- 06.013 Профессиональный стандарт СПЕЦИАЛИСТ ПО ИНФОРМАЦИОННЫМ РЕСУРСАМ, утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 19.07.2022 № 420н, зарегистрировано в Минюсте России от 22 августа 2022 г. № 69714.

Приказ Минобрнауки России от 06.04.2021 №245 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры».

Приказ Минобрнауки России от 29.06.2015 №636 «Об утверждении Порядка проведения государственной итоговой аттестации по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета и программам магистратуры» (с изм. и доп.).

Порядок организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры в ФГБОУ ВО «Брянский государственный университет имени академика И.Г. Петровского», утверждён решением учёного совета Университета от 07.04.2022г., протокол №4 (приказ БГУ от 08.04.2022 г. №55).

Положение об организации образовательной деятельности инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья в ФГБОУ ВО «Брянский государственный университет имени академика И.Г. Петровского», утверждённое решением учёного совета Университета от 27.03.2025г., протокол №4 (приказ БГУ от 28.03.2025г. №51).

Порядок проведения государственной итоговой аттестации по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета и программам магистратуры в ФГБОУ ВО «Брянский государственный университет имени академика И.Г. Петровского», утверждён решением учёного совета Университета от 27.03.2025г., протокол №4 (приказ БГУ

от 28.03.2025г. №49)

Порядок проведения государственной итоговой аттестации по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета и программам магистратуры с применением дистанционных образовательных технологий в ФГБОУ ВО «Брянский государственный университет имени академика И.Г. Петровского», утверждённый решением учёного совета Университета от 23.12.2020г., протокол №13 (приказ БГУ от 24.12.2020г. №146 с изменениями, внесёнными приказами БГУ от 08.04.2022 г. №55, от 29.03.2024 г. №37).

Положение о выпускной квалификационной работе по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры в ФГБОУ ВО «Брянский государственный университет имени академика И.Г. Петровского», утверждённое решением учёного совета Университета от 26.09.2019г., протокол №1 (приказ БГУ от 30.09.2019г. №105 с изменениями, внесёнными приказом БГУ от 08.04.2022 г. №55).

Положение о подготовке и защите выпускной квалификационной работы в виде стартапа по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры в ФГБОУ ВО «Брянский государственный университет имени академика И.Г. Петровского», утверждённое решением учёного совета Университета от 06.04.2023г., протокол №3 (приказ БГУ от 06.04.2023г. №46).

1.ЦЕЛЬ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ИТОГОВОЙ АТТЕСТАЦИИ (ГИА)

Государственная итоговая аттестация проводится государственными экзаменационными комиссиями в целях определения соответствия результатов освоения обучающимися основной образовательной программы требованиям федерального государственного образовательного стандарта высшего образования.

В соответствии с основной профессиональной образовательной программой, ГИА предполагает проверку сформированности у обучающихся следующих компетенций:

Универсальные компетенции выпускников и индикаторы их достижения

Наименование категории (группы) 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, вырабатывать стратегию действий.	УК-1.1. Выявляет проблемную ситуацию в процессе анализа проблемы, определяет этапы её разрешения с учетом вариативных контекстов и оценки основные
		УК-1.2. Находит, критически анализирует и выбирает информацию, необходимую для выработки стратегии действий по разрешению проблемной ситуации.
		УК-1.3. Рассматривает, предлагает и обосновывает возможные варианты решения проблемной ситуации на основе системного подхода, оценивая их достоинства и недостатки.
		УК-1.4. Определяет и оценивает возможные риски и практические последствия реализации действий по разрешению проблемной ситуации
Разработка и реализация проектов	УК-2. Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла	УК-2.1. Выстраивает этапы работы над проектом с учетом последовательности их реализации, определяет этапы жизненного цикла проекта.
		УК-2.2. Определяет проблему, на решение которой направлен проект, круг задач в рамках поставленной цели.
		УК-2.3. Предлагает оптимальные способы решения задач проекта и качественно их решает, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений.
		УК-2.4. Публично представляет результаты проекта, участвует в обсуждении хода и результатов проекта.
Командная работа и лидерство	УК-3. Способен организовывать и	УК-3.1. Понимает эффективность использования стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели, определяет роль каждого участника в команде.

	руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели.	УК-3.2. Учитывает в совместной деятельности особенности поведения и интересы других участников.
		УК-3.3. Демонстрирует понимание результатов (последствий) личных действий и планирует последовательность шагов для достижения поставленной цели, контролирует их выполнение.
		УК-3.4. Способен устанавливать разные виды коммуникации для руководства командой и достижения поставленной цели, участвует в обмене информацией, знаниями, опытом и презентации результатов работы команды.
Коммуникация	УК-4. Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия	УК-4.1. Выбирает коммуникативно приемлемые стили делового общения в процессе академического и профессионального взаимодействия, в том числе на иностранном(ых) языке(ах).
		УК-4.2. Использует информационно-коммуникационные технологии при поиске необходимой информации в процессе решения различных коммуникативных задач.
		УК-4.3 Ведет деловую переписку с учетом особенностей стилистики официальных и неофициальных писем, в том числе на иностранном(ых) языке(ах).
		УК-4.4 Демонстрирует умение выполнять перевод академических и профессиональных текстов с иностранного(ых) языка(ов) на русский, с русского языка на иностранный(ые) язык(и).
Межкультурное взаимодействие	УК-5. Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия.	УК-5.1. Выбирает стиль общения с учетом культурологических и социальных особенностей аудитории.
		УК-5.2. Демонстрирует уважительное отношение к историческому наследию и традициям социальных групп, учитывая средовый и религиозный контекст взаимодействия.
		УК-5.3 Взаимодействует с людьми с учетом их социокультурных особенностей на основе принципов толерантности и этических норм в целях успешного выполнения профессиональных задач и усиления социальной интеграции.
Самоорганизация и саморазвитие (в том числе здоровьесбережение)	УК-6. Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки.	УК-6.1. Применяет рефлексивные методы в процессе оценки разнообразных ресурсов (личностных, психофизиологических, ситуативных, временных), используемых для решения задач самоорганизации и саморазвития.
		УК-6.2. Формулирует цели собственной деятельности, определяет пути их достижения с учетом ресурсов, условий, средств, временной перспективы развития деятельности и планируемых результатов.

		УК-6.3. Определяет стратегию профессионального развития, выстраивает траекторию собственного профессионального роста.
--	--	--

Общепрофессиональные компетенции выпускников и индикаторы их достижения

Наименование категории (группы) 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 медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, отслеживать и учитывать изменение норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем	ОПК-1.1. понимает особенности всех этапов и принципов планирования, организации и координации процесса создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов учитывать изменение норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем
		ОПК-1.2. умеет 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
		ОПК-1.3. Владеет опытом успешной организации процесса создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) 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	ОПК-2.1. Понимает основные тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах
		ОПК-2.2. Умеет анализировать основные тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах
		ОПК-2.3. Владеет навыками прогнозирования основных тенденций развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах
Культура	ОПК-3. Способен анализировать многообразие достижений отечественной и мировой	ОПК-3.1. Демонстрирует знания основных этапов и тенденций развития отечественного и мирового культурного процесса создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов

	культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	ОПК-3.2. Осуществляет анализ многообразия достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов ОПК-3.3. Владеет опытом успешного прогнозирования многообразия достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) 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	ОПК-4.1. Демонстрирует методы анализа потребностей общества и интересов аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты ОПК-4.2. Умеет применять методы анализа потребностей общества и интересов аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты ОПК-4.3. Успешно прогнозирует и интерпретирует данные об удовлетворении спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты, а также организует исследовательский процесс и использует его результаты
Медиакоммуникационная система	ОПК-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	ОПК-5.1. Демонстрирует знания о тенденциях развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования. ОПК-5.2. Способен выявлять особенности и основные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования. ОПК-5.3. Владеет опытом принятия профессиональных решений и анализа актуальных тенденций развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования.
Технологии	ОПК-6. Способен отбирать и внедрять в процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные	ОПК-6.1. Демонстрирует знания о современных технических средствах и информационно-коммуникационных технологиях и способах их применения в медиапроизводстве. ОПК-6.2. Умеет отбирать и внедрять в медиапроизводство современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии.

	технологии	ОПК-6.3. Владеет навыками отбора и внедрения в медиапроизводство современных технических средствах и информационно-коммуникационных технологий.
Эффекты	ОПК-7. Способен оценивать и прогнозировать возможные эффекты в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности.	ОПК-7.1. Понимает закономерные эффекты в медиасфере, принципы социальной ответственности.
		ОПК-7.2. Способен оценивать возможные эффекты в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности.
		ОПК-7.3. Владеет навыками прогнозирования возможных эффектов в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности

Категории профессиональных компетенций	Код и наименование профессиональной компетенции	Код и наименование индикатора достижения профессиональной компетенции
Производственно-технологический	ПК-1 Способен применять в профессиональной деятельности комплекс современных технологических решений, технических средств, приемов и методов онлайн и офлайн коммуникаций	ПК-1.1. Демонстрирует знания о комплексе современных технологических решений, технических средствах, приемах и методах онлайн и офлайн коммуникаций
		ПК-1.2. Умеет применять инновационные рекламные и PR-технологии в технологическом процессе производства рекламного продукта, PR-материалов и интернет-рекламы.
		ПК-1.3. Владеет навыками применения в профессиональной деятельности комплекса современных технологических решений, технических средств, приемов и методов онлайн и офлайн коммуникаций.
Научно-исследовательский	ПК-2 Способен проводить научное исследование в сфере рекламы и связей с общественностью	ПК-2.1. Демонстрирует научные принципы, знания методологических основ научных исследований в сфере рекламы и связей с общественностью
		ПК-2.2. Готов проводить научные исследования состояния и сегментирования рынка рекламодателя, аудиторных показателей СМИ, продуктов и брендов методами маркетинга, общественного мнения населения, показателей укрепления имиджа предприятия и т.д.
		ПК-2.3. Владеет навыками проведения научного исследования в сфере рекламы и связей с общественностью
Организационно-управленческий	ПК-3 Способен организовать работу и руководить подразделением (предприятием) в сфере рекламы и связей с общественностью	ПК-3.1. Демонстрирует приемы и методы организации работы и руководства подразделением (предприятием) в сфере рекламы и связей с общественностью
		ПК-3.2 Умеет определять цели и задачи, осуществлять стратегическое и тактическое планирование рекламной и PR-деятельности на год, а также в рамках отдельных рекламных кампаний, распределять обязанности подчиненных и (или) членов команды, взаимодействовать с другими подразделениями предприятия, оценивать эффективность работы подразделения (предприятия)

		ПК-3.3. Владеет успешным опытом организации работы и руководства подразделением (предприятием) в сфере рекламы и связей с общественностью
Авторский	ПК-4 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	ПК-4.1. Демонстрирует 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
		ПК-4.2 Умеет создавать тексты рекламы и связей с общественностью с учётом имеющегося мирового и отечественного опыт, планировать информационные поводы для кампаний и проектов, создавать сценарии специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании и др.
		ПК-4.3 Владеет опытом успешного осуществления авторской деятельности 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
Проектно-аналитический	ПК-5 Способен осуществлять проектно-аналитическую деятельность с учетом специфики профессиональной сферы	ПК-5.1. Понимает основы и специфику проектно-аналитической деятельности с учетом специфики профессиональной сферы
		ПК-5.2. Умеет осуществлять отбор методов и инструментов для планирования рекламной и PR-деятельности, анализировать социальную, политическую, экономическую ситуации макро и микросреды предприятия (региона, страны и мира) и разрабатывать проекты и кампании в сфере рекламы и связей с общественностью
		ПК-5.3. Владеет опытом успешного осуществления проектно-аналитической деятельности с учетом специфики профессиональной сферы

Государственная итоговая аттестация включает:

Защиту выпускной квалификационной работы. Защита ВКР (магистерской диссертации) является обязательной формой государственной итоговой аттестации обучающегося по соответствующему направлению и выполняется в видах, соответствующих ступеням (уровням) высшего образования:

- для степени «магистр» - в форме ВКР (магистерской диссертации).

2. ПРОГРАММА ЗАЩИТЫ ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЫ (ВКР)

2.1. Цель и задачи ВКР

- систематизация, закрепление и расширение теоретических знаний, применение знаний при решении конкретных практических и научных задач;
- развитие навыков ведения самостоятельной работы и овладение методикой исследования при решении определенных проблем и вопросов в ВКР;
- определение уровня теоретических и практических знаний обучающихся, а также умений применять их для решения конкретных практических задач по направлению подготовки;
- использование методики экспериментальных и научно– практических исследований;
- систематизация эмпирических данных, формулировка выводов и положений диссертации, как результат аналитической работы и представление ее в собственном публичном выступлении;
- завершение формирования общепрофессиональных и профессиональных компетенций выпускника.

2.2 Компетенции обучающегося, выносимые на защиту ВКР

В ходе защиты ВКР проверяется сформированность следующих компетенций: УК-1; УК-2; УК-3; УК-4; УК-5; УК-6; ОПК-1; ОПК-2; ОПК-3; ОПК-4; ОПК-5; ОПК-6; ОПК-7; ПК-1; ПК-2; ПК-3; ПК-4; ПК.

Планируемые результаты обучения по дисциплине

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине
УК-1 Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий	УК-1.1 Выявляет проблемную ситуацию в процессе анализа проблемы, определяет этапы её разрешения с учетом вариативных контекстов.	Знает: 31 (УК-1.1.) методы критического анализа и оценки современных научных достижений 32 (УК-1.2.) основные принципы критического анализа.

	УК-1.2 Находит, критически анализирует и выбирает информацию, необходимую для выработки стратегии действий по разрешению проблемной ситуации.	Умеет: У1 (УК-1.1.) выбирать источники информации, адекватные поставленным задачам и соответствующие научному мировоззрению; У2 (УК-1.2.) рассматривать различные точки зрения на поставленную задачу в рамках научного мировоззрения и определять рациональные идеи. У3 (УК-1.3) анализировать задачу, выделяя этапы её решения, действия по решению задачи; получать новые знания на основе анализа, синтеза и других методов. Владеет: В1 (УК-1.1.) исследованием проблем профессиональной
	УК-1.3 Рассматривает, предлагает и обосновывает возможные варианты решения проблемной ситуации на основе системного подхода, оценивая их достоинства и недостатки	
	УК-1.4. Определяет и оценивает возможные риски и практические последствия реализации действий по разрешению проблемной ситуации.	деятельности с применением анализа, синтеза и других методов интеллектуальной деятельности В2 (ПК-1.2.) выявлением научных проблем и использованием адекватных методов для их решения; демонстрацией оценочных суждений в решении проблемных профессиональных ситуаций.
УК-2 Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла	УК-2.1 Выстраивает этапы работы над проектом с учетом последовательности их реализации, определяет этапы жизненного цикла проекта.	Знает: З1 (УК-2.1.) теоретические подходы для организации деятельности и представления её результатов; правовые нормы, предъявляемые к способам решения профессиональных задач, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений; правовые нормы для оценки результатов решения задач.

	УК-2.2 Предлагает оптимальные способы решения задач проекта и качественно их решает, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений.	Умеет: У1 (УК-2.2.) уметь применять теоретические подходы с целью проекта; определять имеющиеся ресурсы для достижения цели проекта; проверять и анализировать профессиональную документацию; выдвигать инновационные идеи и нестандартные подходы к их реализации в целях реализации деятельности; анализировать.
	УК-2.3 Предлагает оптимальные способы решения задач проекта и качественно их решает, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	Владеет: В1 (УК-2.3.) навыками аргументированного отбора и реализации различных способов решения задач в рамках цели проекта; публичного представления результатов решения задач исследования, проекта, деятельности.
	УК-2.4 Публично представляет результаты проекта, участвует в обсуждении хода и результатов проекта	
УК-3 Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели	УК-3.1 Понимает эффективность использования стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели, определяет роль каждого участника в команде	Знает: З1 (УК-3.1.) теоретические концепции лидерства и руководства З2 (УК-3.1.) особенности руководства и лидерства профессиональной деятельности
	УК-3.2 Учитывает в совместной деятельности особенности поведения и интересы других участников.	Умеет: У1 (УК-3.2.) организовывать командное взаимодействие для решения профессиональных задач У2 (УК-3.2.) оптимизировать командную работу и направлять ее на решение поставленных профессиональных задач
	УК-3.3 Демонстрирует понимание результатов (последствий) личных действий и планирует последовательность шагов для достижения поставленной цели, контролирует их выполнение.	Владеет: В1 (УК-3.3.) навыками Командообразования.

	УК-3.4. Способен устанавливать разные виды коммуникации для руководства командой и достижения поставленной цели, участвует в обмене информацией, знаниями, опытом и презентации результатов работы команды.	В2 (УК-3.3.) приемами оптимизации командной работы по достижению конечного результата
УК-4 Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия	УК-4.1 Выбирает коммуникативно приемлемые стили делового общения в процессе академического и профессионального взаимодействия, в том числе на иностранном(ых) языке(ах).	Знает: 31 (УК-4.1.) принципы деловой коммуникации на государственном языке и иностранном(ых) языке(ах); 32(УК-4.2.) коммуникативные технологии в профессиональном взаимодействии; характеристики коммуникационных потоков; значение коммуникации в профессиональном взаимодействии; 33 (УК-4.3) современные средства информационно-коммуникационных технологий.
	УК-4.2 Использует информационно-коммуникационные технологии при поиске необходимой информации в процессе решения различных коммуникативных задач.	Умеет: У1 (УК-4.1.) создавать русском и иностранном (ых) языке (ах) письменные тексты научного и официально-делового стилей речи; У2 (УК-4.2.) выбирать на русском и иностранном (ых) языке (ах) коммуникативно приемлемые стили делового общения, вербальные и невербальные средства взаимодействия с партнёрами; У3 (УК-4.3) выполнять перевод академических текстов с иностранного (ых) языка (ов) на государственный язык.
	УК-4.3. Ведет деловую переписку с учетом особенностей стилистики официальных и неофициальных писем, в том числе на иностранном(ых) языке(ах).	Владеет: В1 (УК-4.1.) реализацией способов устной и письменной видов коммуникации, в том числе на иностранном (ых) языке (ах); В2 (УК-4.2.) представлением результатов собственной и командной деятельности с использованием коммуникативных технологий.
	УК-4.4 Демонстрирует умение выполнять перевод академических и профессиональных текстов с иностранного(ых) языка(ов) на русский, с русского языка на иностранный(ые) язык(и)	
УК-5	УК-5.1 Выбирает стиль общения с учетом культурологических и социальных особенностей	Знает: 31 (УК-5.1.) основы социального взаимодействия, направленного на решение

Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия	аудитории.	профессиональных задач; 32(УК-5.2.) национальные, этнокультурные и конфессиональные особенности и народные традиции населения.
	УК-5.2 Демонстрирует уважительное отношение к историческому наследию и традициям социальных групп, учитывая средовой и религиозный контекст взаимодействия.	Умеет: У1 (УК-5.1.) выстраивать взаимодействие с учетом национальных, этнокультурных и социокультурных особенностей; У2 (УК-5.2.) соблюдать требования уважительного отношения к историческому наследию и культурным традициям различных национальных и социальных групп в процессе межкультурного взаимодействия на основе знаний основных этапов развития России в социально-
		историческом, этическом и философском контекстах; У3 (УК-5.3) анализировать особенности социального взаимодействия с учетом национальных, этнокультурных, конфессиональных особенностей.
	УК-5.3 Взаимодействует с людьми с учетом их социокультурных особенностей на основе принципов толерантности и этических норм в целях успешного выполнения профессиональных задач и усиления социальной интеграции.	Владеет: В1 (УК-5.1.) организацией продуктивного взаимодействия в профессиональной среде с учетом национальных, этнокультурных, конфессиональных особенностей; способами преодоления коммуникативных, образовательных, этнических, конфессиональных и других барьеров в процессе межкультурного взаимодействия; выявлением разнообразия культур в процессе межкультурного взаимодействия; В2 (УК-5.2.) приёмами толерантного и конструктивного взаимодействия с людьми с учётом их социокультурных особенностей в целях успешного выполнения профессиональных задач.

УК-6 Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки	УК-6.1 Применяет рефлексивные методы в процессе оценки разнообразных ресурсов (личностных, психофизиологических, ситуативных, временных), используемых для решения задач самоорганизации и саморазвития.	Знает: 31 (УК-6.1.) основы саморазвития, самореализации, использования творческого потенциала собственной деятельности; 32(УК-6.2.) основные научные школы психологии; деятельностный подход в исследовании личностного развития; технологию и методику самооценки; 32(УК-6.2.) теоретические основы акмеологии, уровни анализа психических явлений. Умеет: У1 (УК-6.1.) создавать и достраивать индивидуальную траекторию саморазвития при
	УК-6.2. Формулирует цели собственной деятельности, определяет пути их достижения с учетом ресурсов, условий, средств, временной перспективы развития деятельности и планируемых результатов	получении профессионального образования; У2 (УК-6.2.) определять свои личные ресурсы, возможности и ограничения для достижения поставленных и перспективных целей, приоритеты профессиональной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки; У3 (УК-6.3.) планировать самостоятельную деятельность в решении профессиональных задач.
	УК-6.3 Определяет стратегию профессионального развития, выстраивает траекторию собственного профессионального роста.	Владеет: В1 (УК-6.1.) навыками определения эффективного направления действий в области профессиональной деятельности, перспективных целей деятельности с учётом личностных возможностей, требований рынка труда; В2 (УК-6.2.) способами принятия решений на уровне собственной профессиональной деятельности; навыками планирования этапов карьерного роста.
ОПК-1	ОПК-1.1 понимает особенности всех этапов и принципов планирования, организации и координации процесса создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов учитывать изменение норм	Знает: 31 (ОПК-1.1.) процесс создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов; 32 (ОПК-1.2.) процесс создания коммуникационных продуктов.

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	русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем	
	ОПК-1.2 Умеет 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.	Умеет: У1 (ОПК-1.1.) отслеживать и учитывать изменение норм русского языка; У2 (ОПК-1.2.) отслеживать и учитывать изменение норм иностранного языка; У3 (ОПК-1.3.) особенностей иных знаковых систем.
	ОПК-1.3 Владеет опытом успешной организации процесса создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов с учетом изменений норм русского (иностранного) языков и особенностей иных знаковых систем.	Владеет: В1 (ОПК-1.1.) навыками планирования процесса создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или)
		медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов; В2 (ОПК-1.2.) навыками организации и координирования процесса создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов.
ОПК-2 Способен анализировать основные тенденции развития общественных и государственных институтов	ОПК-2.1 Понимает основные тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах.	Знает: З1 (ОПК-2.1.) основные тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах; З2 (ОПК-2.2.) основные тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых коммуникационных продуктах.

для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	ОПК-2.2 Умеет анализировать основные тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах.	Умеет: У1 (ОПК-2.1.) анализировать основные тенденции развития государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах; У2 (ОПК-2.2.) анализировать основные тенденции развития анализировать основные тенденции развития общественных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах.
	ОПК-2.3 Владеет навыками прогнозирования основных тенденций развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах.	Владеет: В1 (ОПК-2.1.) навыками прогнозирования основных тенденций развития государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах; В2 (ОПК-2.2.) навыками
		прогнозирования основных тенденций развития общественных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах
ОПК-3 Способен анализировать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	ОПК-3.1 Демонстрирует знания основных этапов и тенденций развития отечественного и мирового культурного процесса создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов.	Знает: 31 (ОПК-3.1.) достижения отечественной культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов.; 32 (ОПК-3.2.) достижения мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов.

	ОПК-3.2 Осуществляет анализ многообразия достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов.	Умеет: У1 (ОПК-3.1.) анализировать многообразие достижений отечественной культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов.; У2 (ОПК-3.2.) анализировать многообразие достижений мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов.
	ОПК-3.3 Владеет опытом успешного прогнозирования многообразия достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	Владеет: В1 (ОПК-3.1.) навыками прогнозирования многообразия достижений отечественной культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов; В2 (ОПК-3.2.) навыками прогнозирования многообразия достижений мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов
	ОПК-4.1	Знает: З1 (ОПК-4.1.) методы анализа
ОПК-4 Способен анализировать потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или)	Демонстрирует методы анализа потребностей общества и интересов аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты.	потребности общества в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты; З2 (ОПК-4.2.) интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты.

коммуникационные продукты	ОПК-4.2 Умеет применять методы анализа потребностей общества и интересов аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты.	Умеет: У1 (ОПК-4.1.) анализировать многообразие достижений отечественной культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов.; У2 (ОПК-4.2.) анализировать многообразие достижений мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов.
	ОПК-4.3 Успешно прогнозирует и интерпретирует данные об удовлетворении спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты, а также организует исследовательский процесс и использует его результаты.	Владеет: В1 (ОПК-4.1.) навыками прогнозирования медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты.; В2 (ОПК-4.2.) навыками удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты.
	ОПК-5.1 Демонстрирует знания о тенденциях развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования.	Знает: 31 (ОПК-5.1.) тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования; 32 (ОПК-5.2.) тенденции развития медиакоммуникационных систем страны, исходя из политических и экономических механизмов их
ОПК-5 Способен для принятия профессиональных решений анализировать актуальные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и		функционирования, правовых и этических норм регулирования; 32 (ОПК-5.3.) тенденции развития медиакоммуникационных систем мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования.
	ОПК-5.2 Способен выявлять особенности и основные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и	Умеет: У1 (ОПК-5.1.) анализировать актуальные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, исходя из

экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования.	политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования; У2 (ОПК-5.2.) анализировать актуальные тенденции развития медиакоммуникационных систем страны, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования; У3 (ОПК-5.3.) анализировать актуальные тенденции развития медиакоммуникационных систем мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования.
	ОПК-5.3 Владеет опытом принятия профессиональных решений и анализа актуальных тенденций развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования.	Владеет: В1 (ОПК-5.1.) навыками прогнозирования актуальных тенденций развития медиакоммуникационных систем региона, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования.; В2 (ОПК-5.2.) навыками прогнозирования актуальных
		тенденций развития медиакоммуникационных систем страны, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования.; В2 (ОПК-5.2.) навыками прогнозирования актуальных тенденций развития медиакоммуникационных систем мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования.

ОПК-6 Способен отбирать и внедрять в процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии	ОПК-6.1 Демонстрирует знания о современных технических средствах и информационно-коммуникационных технологиях и способах их применения в медиапроизводстве.	Знает: 31 (ОПК-6.1.) процесс медиапроизводства современные технические средства; 32 (ОПК-6.2.) процесс медиапроизводства современные информационно-коммуникационные технологии.
	ОПК-6.2 Умеет отбирать и внедрять в медиапроизводство современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии.	Умеет: У1 (ОПК-6.1.) отбирать современные технические средства; У2 (ОПК-6.2) отбирать современные информационно-коммуникационные технологии.
	ОПК-6.3 Владеет навыками отбора и внедрения в медиапроизводство современных технических средствах и информационно-коммуникационных технологий.	Владеет: В1 (ОПК-6.1.) навыками внедрения в процесс медиапроизводства современные технические средства; В2 (ОПК-6.2.) навыками внедрения в процесс медиапроизводства информационно-коммуникационные технологии.
	ОПК-7.1 Понимает закономерные эффекты в медиасфере, принципы социальной ответственности.	Знает: 31 (ОПК-7.1.) понятие и виды эффектов в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности; 32 (ОПК-7.2.) теорию эффектов в медиасфере, следуя принципам социальной
ОПК-7 Способен оценивать и прогнозировать возможные эффекты в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности		ответственности.
	ОПК-7.2 Способен оценивать возможные эффекты в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности.	Умеет: У1 (ОПК-7.1.) оценивать возможные эффекты в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности методами социологических исследований; У2 (ОПК-7.2) оценивать возможные эффекты в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности методами маркетинговых исследований.

	ОПК-7.3 Владеет навыками прогнозирования возможных эффектов в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности.	Владеет: В1 (ОПК-7.1.) навыками прогнозирования технобрендов эффектов в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности; В2 (ОПК-7.2.) навыками прогнозирования трендов будущего эффектов в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности.
ПК-1 способен применять в профессиональной	ПК – 1.1 Демонстрирует знания о комплексе современных технологических решений, технических средствах, приемах и методах онлайн и офлайн коммуникаций.	Знает: 31 (ПК-1.1.) основы и разработки текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иного коммуникационного продукта, передаваемого по различным каналам средствами массовой информации (далее – СМИ) и другими медиа, адресованный разным целевым группам/группам общественности; 32 (ПК-1.2.) специфику разработки текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иного коммуникационного продукта, передаваемого по различным каналам средствами массовой информации (далее – СМИ) и другими медиа, адресованный разным целевым группам/группам общественности.
	ПК – 1.2	Умеет: У1 (ПК-1.1.) ввод, обрабатывать текстовые
деятельности комплекс современных технологических решений, технических средств, приемов и методов онлайн и офлайн коммуникаций	Умеет применять инновационные рекламные и PR-технологии в технологическом процессе производства рекламного продукта, PR-материалов и интернет-рекламы.	данные, обрабатывать графическую информацию, вести информационные базы данных; У2 (ПК-1.2) размещать информацию на сайте, заниматься поиском недостающей графической и (или) текстовой информации; перерабатывать тексты различной тематики (рерайт); писать статьи, обзоры и другие тексты на заданную тематику (копирайтинг); У3 (ПК-1.3.) заниматься поисковой оптимизацией и адаптацией текстовых материалов; У4 (ПК-1.4.) заниматься подбором графических

	ПК-1.3 Владеет навыками применения в профессиональной деятельности комплекса современных технологических решений, технических средств, приемов и методов онлайн и офлайн коммуникаций.	иллюстраций на веб-страницы для повышения конверсии; У5 (ПК-1.5) заниматься подготовкой необходимой сопроводительной документации для организации поставки продукции СМИ; У6 (ПК-1.6) определять целевую аудиторию потребителей продукции СМИ; организовывать сбор информации об узнаваемости продвигаемой продукции СМИ, удовлетворенности потребителей, мнении потребителей о характеристиках продвигаемой продукции; анализировать эффективность продвижения продукции СМИ. Владеет: В1 (ПК-1.1.) навыками редактирование текстов и коррективировка отображения веб-страниц ведение новостных лент и представительств в социальных сетях; В2 (ПК-1.2.) навыками составления кратких и развернутых текстов объявлений для размещения на сайте, в социальных сетях, форумах и на тематических порталах; В3 (ПК-1.3) навыками
		модерирования обсуждений на сайте, в форуме и социальных сетях; В4 (ПК-1.4) навыками организации представления продвигаемой продукции СМИ на публичных мероприятиях; В5 (ПК-1.5) навыками формирования проекта бюджета на реализации мероприятий по продвижению продукции СМИ.
	ПК – 2.1 Демонстрирует научные принципы, знания методологических основ научных исследований в сфере рекламы и связей с общественностью.	Знает: 31 (ПК-2.1.) научные принцип, научных исследований; 32 (ПК-2.2.) методологические основы научных исследований.
	ПК – 2.2 Готов проводить научные исследования состояния и	Умеет: У1 (ПК-2.1.) анализировать посещаемость сайта; выявлять

ПК-2 Способен проводить научное исследование в сфере рекламы и связей с общественностью	сегментирования рынка рекламодателя, аудиторных показателей СМИ, продуктов и брендов методами маркетинга, общественного мнения населения, показателей укрепления имиджа предприятия и т.д.	наиболее популярные страницы; У2 (ПК-2.2) определять обобщенные характеристики аудитории сайта; анализировать оценки, замечания, жалобы и предложения посетителей сайта; У3 (ПК-2.3.) оценивать эффективность работы сайта на основе имеющихся данных; анализировать на основании имеющихся данных ситуации на рынке продукции СМИ; поиск статистической и аналитической информации, характеризующей ситуацию на рынке продукции СМИ; анализировать ситуацию на рынке услуг по реализации продукции СМИ.
	ПК – 2.3 Владеет навыками проведения научного исследования в сфере рекламы и связей с общественностью.	Владеет: В1 (ПК-2.1.) навыками поиска информации о новых товарах и услугах, других материалов для актуализации (пополнения) сайта новыми сведениями; навыками проведения мониторинга новостных лент, форумов, социальных сетей, рассылок; В2 (ПК-2.2.) навыками выработки решений (рекомендаций) по
ПК-3 Способен организовать работу и руководить подразделением (предприятием) в сфере рекламы и связей с общественностью	ПК-3.1 Демонстрирует приемы и методы организации работы и руководства подразделением (предприятием) в сфере рекламы и связей с общественностью.	наполнению сайта контентом. Знает: 31 (ПК-3.1.) функционал руководителя линейного/функционального подразделения отдела по рекламе и (или) связям с общественностью организации или коммуникационного/рекламного/ PR-агентства; 32 (ПК-3.2.) специфику руководителя линейного/функционального подразделения отдела по рекламе и (или) связям с общественностью организации или коммуникационного/рекламного/ PR-агентства.
	ПК-3.2 Умеет определять цели и задачи, осуществлять стратегическое и тактическое планирование рекламной и PR-деятельности на	Умеет: У1 (ПК-3.1.) Организовывать работу по совершенствованию внешних коммуникаций и мероприятия по

	год, а также в рамках отдельных рекламных кампаний, распределять обязанности подчиненных и (или) членов команды, взаимодействовать с другими подразделениями предприятия, оценивать эффективность работы подразделения (предприятия).	формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры; У2 (ПК-3.2) Организовывать работу по совершенствованию внутренних коммуникаций и мероприятия по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры.
	ПК-3.3 Владеет успешным опытом организации работы и руководства подразделением (предприятием) в сфере рекламы и связей с общественностью.	Владеет: В1 (ПК-3.1.) навыками контроля и регулирования хода выполнения проектной работы в сфере рекламы и связей с общественностью; В2 (ПК-3.2.) на основании знания специфики функционирования предприятий современной коммуникационной индустрии выстраивает работу подразделения /предприятия, применяет технологии организации коммуникационной работы.
	ПК – 4.1 Демонстрирует авторскую деятельность по созданию текста рекламы и связей с общественностью и (или) иного коммуникационного продукта любого уровня	Знает: З1 (ПК4.1.) методы актуализации и расширения знаний по разработке авторского текста рекламы и
ПК-4 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	сложности с учетом специфики коммуникационных задач и имеющегося мирового и отечественного опыта.	связей с общественностью и (или) иной коммуникационный продукт.; З2 (ПК-3.2.) структуру процесса актуализации и расширения знаний по разработке авторского текста рекламы и связей с общественностью и (или) иной коммуникационный продукт..
	ПК – 4.2 Умеет создавать тексты рекламы и связей с общественностью с учётом имеющегося мирового и отечественного опыта, планировать информационные поводы для кампаний и проектов, создавать сценарии специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании и др.	Умеет: У1 (ПК-4.1.) представлять (презентовать) продукцию СМИ; У2 (ПК-4.2) разрабатывать концепции продвижения продукции СМИ, формировать коммуникационные цели и маркетинговые стратегии; У3 (ПК-4.3) разрабатывать план мероприятий по продвижению продукции СМИ.
	ПК – 4.3 Владеет опытом успешного осуществления авторской	Владеет: В1 (ПК-4.1.) навыками контроля и регулирования

	деятельности 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.	хода выполнения проектной работы в сфере рекламы и связей с общественностью; В2 (ПК-4.2.) на основании знания специфики функционирования предприятий современной коммуникационной индустрии выстраивает работу подразделения /предприятия, применяет технологии организации коммуникационной работы.
ПК-5 Способен осуществлять проектно-аналитическую деятельность с учетом специфики профессиональной сферы	ПК – 5.1 Понимает основы и специфику проектно-аналитической деятельности с учетом специфики профессиональной сферы	Знает: 31 (ПК-5.1.) основы и проектирования индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью; 32 (ОПК-5.2.) специфику проектирования индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью.
	ПК – 5.2	Умеет: У1 (ПК-5.1.) оценивать актуальность материалов на сайте и определение
	Умеет осуществлять отбор методов и инструментов для планирования рекламной и PR-деятельности, анализировать социальную, политическую, экономическую ситуации макро и микросреды предприятия (региона, страны и мира) и разрабатывать проекты и кампании в сфере рекламы и связей с общественностью.	необходимости их обновления; документировать сведения о процессах и результатах выполнения работ различными исполнителями, а также работ по управлению (менеджменту) информационными ресурсами сайта; У2 (ПК-5.2) собирать дополнительные материалы; выбирать маркетинговые технологии и инструменты для донесения до потребителя необходимой информации; разрабатывать и обосновывать проекты ценовой стратегии организации, включая предложения по ценам на продукцию СМИ; У2 (ПК-5.3) формировать проект бюджета на реализацию мероприятий по продвижению продукции СМИ.
	ПК-5.3 Владеет опытом успешного осуществления проектно-аналитической деятельности с учетом специфики профессиональной сферы.	Владеет: В1 (ПК-5.1.) навыками формирования задания для устранения выявленных недостатков проекта; В2 (ПК-5.2.) навыками обработки результатов аналитической деятельности;

		анализа продвижения продукции СМИ; ВЗ (ПК-5.3.) подготовки отчетности.	эффективности навыками итоговой
--	--	--	---------------------------------------

2.4. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ПОДГОТОВКЕ И ЗАЩИТЕ ВКР

Магистерская диссертация – это завершенная научно-исследовательская работа или законченная и нашедшая практическое применение разработка, выполненная под руководством профессора или доцента соответствующего направления, содержащая новое решение актуальной научной задачи, имеющей научное или существенное практическое значение, критический анализ научных источников по теме исследования, инновационные подходы и методы. В магистерскую диссертацию включаются научные положения, их теоретическое обоснование и (или) экспериментальные подтверждения, обоснование выбранной методики исследования и полученные результаты.

Постановка задачи должна быть конкретной, вытекать из современного состояния вопроса, на основе анализа соответствующих научных и прикладных работ. Предложенные автором диссертации пути решения проблемы в целом и конкретных задач строго аргументируются и критически оцениваются по сравнению с известными решениями по всем аспектам, в том числе и по эффективности. Основная задача выпускника магистратуры - продемонстрировать уровень освоения компетенций, умение самостоятельно вести научный поиск и решать конкретные научно-практические задачи.

Последующее представление подготовленной дипломной работы демонстрирует самостоятельность выпускника, профессиональные знания, умения и практические навыки, приобретенные за период обучения.

Рекомендуется выполнение ВКР по актуальной тематике, имеющей практическую направленность.

ВКР выполняется на основе глубокого всестороннего анализа литературы (учебников, учебных пособий, монографий, периодической литературы, журналов на иностранных языках, нормативной литературы, плановых и отчетных данных предприятий, статистических исследований и т.д.). Информационные источники могут быть как на русском, так и на иностранных языках.

2.4.1. ОРГАНИЗАЦИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОБУЧАЮЩИХСЯ И КОНТРОЛЬ ВЫПОЛНЕНИЯ ВКР

Организацию и контроль выполнения ВКР осуществляет кафедра русской, зарубежной литературы и массовых коммуникаций в соответствии с Положением о выпускных квалификационных работах.

Темы ВКР и их содержание подлежат рассмотрению на заседании выпускающей кафедры.

Утвержденный университетом перечень тем ВКР доводится до сведения

обучающихся не позднее чем за 6 месяцев до даты начала государственной итоговой аттестации.

Закрепленная за обучающимся ВКР выполняется в соответствии с заданием по изучению объекта и предмета исследования и сбору материала к работе. Задание на ВКР заверяется подписью научного руководителя с указанием срока его выполнения и доводится до сведения обучающегося под личную подпись не позднее чем за 6 месяцев до начала государственной итоговой аттестации.

Обучающийся выполняет работу самостоятельно под руководством научного руководителя. Обучающийся обязан:

- придерживаться согласованного с научным руководителем календарного плана выполнения ВКР;
- регулярно отчитываться перед научным руководителем о степени готовности работы (ВКР);
- соблюдать все требования, предъявляемые к написанию и оформлению
- представить подписанную обучающимся ВКР научному руководителю не менее чем за шесть недель до начала государственной итоговой аттестации.

Обучающийся несёт полную ответственность за самостоятельность и достоверность проведённого исследования.

Руководитель ВКР назначается из числа профессоров, доцентов, опытных старших преподавателей университета. При необходимости для подготовки ВКР за обучающимся закрепляется консультант (консультанты) из числа работников университета, а также научных сотрудников и ведущих специалистов – представителей работодателей.

Научный руководитель ВКР:

- оказывает практическую помощь обучающемуся в выборе темы и разработке плана выполнения ВКР;
- оказывает помощь обучающемуся в выборе методики проведения исследования;
- даёт квалифицированную консультацию по подбору литературных источников и фактических материалов, необходимых для выполнения ВКР;
- консультирует по ходу исследования накопленного материала по возникающим проблемам теоретического и практического характера;
- осуществляет систематический контроль за ходом выполнения работы в соответствии с разработанным календарным планом;
- составляет задания на преддипломную практику;
- своевременно информирует кафедру о ходе выполнения обучающимся ВКР;
- после выполнения ВКР даёт оценку качества её выполнения в соответствии с предъявляемыми требованиями в отзыве руководителя, который представляет на выпускающую кафедру.

Не менее чем за 1,5 месяца до начала государственной итоговой аттестации на выпускающей кафедре проводится публичная предварительная защита работы, результаты которой фиксируются в протоколе заседания выпускающей кафедры.

Выполненная ВКР, подписанная обучающимся, руководителем не позднее, чем за 2 недели до начала государственной итоговой аттестации проверяется на объём заимствования в системе «Антиплагиат». Научный руководитель вместе со

своим письменным отзывом представляет работу заведующему кафедрой.

Списки обучающихся, допущенных к государственной итоговой аттестации, должны быть оформлены приказом по университету не позднее 2 календарных дней до начала государственной итоговой аттестации.

Магистрант за время обучения в магистратуре должен опубликовать не менее 1 научной статьи с публикацией РИНЦ.

ВКР по программе магистратуры подлежат рецензированию. Для проведения рецензирования выпускной квалификационной работы указанная работа направляется выпускающей кафедрой одному или нескольким рецензентам из числа лиц, не являющихся работниками кафедры, либо факультета (института), либо организации, в которой выполнена выпускная квалификационная работа. В случае выполнения ВКР по заданию организации допускается рецензирование ВКР сотрудником данной организации.

ВКР, допущенная выпускающей кафедрой к защите, направляется на внешнюю рецензию, не позднее, чем за 2 недели до защиты ВКР в государственной экзаменационной комиссии.

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

ВКР, отзыв и рецензия передаются выпускающей кафедрой в государственную экзаменационную комиссию не позднее чем за 2 календарных дня до дня защиты ВКР.

Отзыв руководителя и рецензия являются средством оценки и контрольной проверки качества выполнения квалификационной работы и основанием для её оценки государственной экзаменационной комиссией.

Защита ВКР проводится на открытом заседании государственной экзаменационной комиссии с участием не менее двух третей её состава.

На защите руководитель и рецензент пользуется правом совещательного голоса. Участие рецензента в заседании необязательно.

Выпускник делает цельное сжатое выступление в пределах 15 минут, включающее обоснование актуальности темы, цели и задачи, перечень основных проблем, объект, предмет, методы исследования, объявляет полученные результаты, итоги выполненного исследования.

После окончания сообщения обучающийся отвечает на вопросы по содержанию выполненного исследования.

Далее заслушивается (зачитывается) отзыв научного руководителя, зачитывается рецензия на выполненную работу. Затем автор ВКР высказывает мнение по поводу замечаний, имеющих в отзыве и рецензии. После этого возможна дискуссия по результатам исследования.

Результаты защиты выпускных квалификационных работ определяются оценками «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно» и объявляются выпускникам непосредственно после защиты ВКР и оформляются в установленном порядке в протоколах заседаний государственной экзаменационной комиссии и зачетных книжках обучающихся.

2.4.2. ТРЕБОВАНИЯ К СТРУКТУРЕ И СОДЕРЖАНИЮ МАГИСТЕРСКОЙ ДИССЕРТАЦИИ

Требования к структуре, содержанию, форме представления и объему ВКР, а также критерии оценки определяются методическими указаниями,

разработанными выпускающей кафедрой на основании ФГОС ВО и рекомендациями соответствующих учебно-методических объединений. ВКР должна полностью соответствовать утвержденной теме исследования, содержать элементы новизны, быть актуальной, иметь теоретическую и практическую значимость.

Как правило, работа имеет следующую структуру: титульный лист, содержание, введение, основной текст, заключение, список используемых источников, приложения.

Титульный лист содержит реквизиты: Министерство образования и науки Российской Федерации, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Брянский государственный университет имени академика И.Г. Петровского», название института, факультета, кафедры, наименование темы ВКР, фамилию, имя, отчество автора работы с указанием направления и направленности (профиля) подготовки, курса, группы, формы обучения; ученую степень, звание, должность, инициалы и фамилию научного руководителя, консультанта (при наличии).

Содержание включает названия разделов, подразделов работы с указанием страницы начала каждой части. Введение содержит научное обоснование проблемы, ее актуальность, объект и предмет исследования, цель и задачи исследования, гипотезу, структуру и методы исследования, определение теоретической и (или) практической значимости работы.

Основной текст представлен теоретическим и эмпирическим разделами. Их должно быть не менее двух. В каждом разделе излагается самостоятельный вопрос изучаемой темы. Подразделы по содержанию должны быть логически связаны между собой и завершаться выводами.

В заключении содержатся выводы по работе в целом, перспективы дальнейшего изучения, связь с практикой.

Список используемых источников оформляется в соответствии с требованиями ГОСТа к оформлению библиографии; в нем указываются все использованные обучающимся источники научной и технической литературы и документации, интернет-ресурсы. Все использованные в работе материалы и положения из опубликованной научной и учебной литературы, других информационных источников обязательно должны иметь на них ссылки.

В приложение входят таблицы, схемы, графики, диаграммы, анкеты и другие материалы, иллюстрирующие или подтверждающие основные теоретические положения и выводы.

Рекомендуемый объем магистерской диссертации без приложений составляет 60-70 страниц печатного текста.

Содержание ВКР должно соответствовать требованиям ФГОС ВО и включать в себя:

- обоснование выбора предмета и постановку задачи исследования, выполненные на основе обзора литературы, в том числе с учетом периодических научных изданий;
- теоретическую и (или) экспериментальную части, включающие методы и средства исследований;

- результаты, полученные в ходе подготовки ВКР, имеющие научную новизну, теоретическое, прикладное и (или) научно-методическое значение;
- отвечать четкому построению и логической последовательности изложения материала;
- выполняться с использованием современных методов и моделей, а при необходимости с привлечением специализированных пакетов компьютерных программ, графического материала (таблицы, иллюстрации и пр.);
- апробацию полученных результатов и выводов в виде докладов на научных конференциях или подготовленных публикаций в научных журналах и сборниках;
- выводы и рекомендации;
- список использованной литературы и других источников, а также библиографический перечень публикаций автора по теме исследования;
- приложения (при необходимости).

Выпускающая кафедра разрабатывает методические указания по написанию ВКР. Магистерская диссертация оформляется на русском языке, аннотация диссертации выполняется на английском языке в объёме не менее 1300 печатных знаков.

2.4.3. ТРЕБОВАНИЯ К ОФОРМЛЕНИЮ МАГИСТЕРСКОЙ ДИССЕРТАЦИИ

Общие требования к оформлению ВКР (ГОСТ):

Текст работы печатается на одной стороне листа белой бумаги формата А4 через полтора интервала и имеет **поля** (верхнее, нижнее – 2 см, левое – 3 см, правое – 1,5 см). Текст обязательно выравнивается по ширине.

Все аббревиатуры, кроме общепринятых, необходимо раскрыть в первом случае употребления.

Примерный объем выпускной квалификационной работы - 70-90 страниц. В этот объем включается: титульный лист, содержание, введение, основной текст, заключение, список использованных источников. *Приложения в общий объем не включаются.*

Шрифт печати должен быть прямым, четким, черного цвета, одинаковым по всему объему текста (без курсива и выделения жирным цветом). Размер шрифта (кегель) 14. Тип шрифта - Times New Roman.

Текст делится на абзацы. **Размер абзацного отступа** - 1,25 см. Отступы между абзацами основного текста не допускаются.

Страницы работы (включая рисунки) нумеруются арабскими цифрами (нумерация сквозная по всему тексту). Номер страницы ставится в центре нижнего поля листа без точки. Размер шрифта (кегель) - 12. Тип шрифта - Times New Roman. Первой страницей является титульный лист, на котором номер страницы не проставляется, второй лист задание, содержание, текст работы. Все страницы, начиная с «СОДЕРЖАНИЕ» нумеруются.

В работе должны использоваться однотипные «кавычки-елочки» по всему тексту.

Нумерация и оформление глав и параграфов

Заголовки структурных элементов работы (содержание, введение, название глав (разделов) текста работы, заключение, список использованных источников) располагают по середине строки без абзаца (**выравнивание по центру**), без точки в конце и печатают **жирными заглавными (большими) буквами** без подчеркивания. Размер шрифта (кегель) 14.

Новая глава всегда должна начинаться **с нового листа**. Главы должны иметь порядковую нумерацию в пределах всего текста, за исключением приложений.

В конце номера главы точка не ставится (**1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ.....**)

Переносы слов в наименовании глав и параграфов не допускаются. Точку в конце наименования не ставят. Если наименование главы или раздела состоит из двух предложений, их разделяют точкой.

Главы могут делиться на параграфы (подразделы). У параграфа есть номер, который составляется из номера главы и параграфа в ней, разбиваемых точкой. После последней цифры точка не ставится. Например: **2.3 Практический подход...**, где "2" - номер главы, а "3" - номер параграфа.

Заголовки параграфов следует печатать **жирными строчными буквами** по середине строки без абзаца (**выравнивание по центру**), начиная с заглавной буквы, без точки в конце, не подчеркивая. Размер шрифта (кегель) **14**.

Оформление содержания. Содержание формируется **автоматически**.

Заголовки глав (разделов) должны быть оформлены стилями. Перед автоматическим содержанием должно быть слово (заголовок) «Содержание».

Заголовок **СОДЕРЖАНИЕ** пишется заглавными буквами посередине строки. Содержание включает введение, наименование всех глав, параграфов, заключение, список использованных источников, приложение, с указанием номеров страниц, с которых начинаются эти элементы работы. Наименования, включенные в содержание, записывают строчными буквами, начиная с прописной буквы, допускается набор заголовков глав (разделов) заглавными (большими) буквами. Желательно, чтобы содержание помещалось на одной странице.

Пример оформления содержания (Приложение 1).

Оформление рисунков.

К рисункам относятся все графические изображения (схемы, графики, фотографии, рисунки). Рисунки могут быть в компьютерном исполнении, в том числе и цветные. На все рисунки в тексте должны быть даны ссылки, например «.....проанализирует основные экономические показатели (рис. 2) [5, с. 43]».

Примеры оформления ссылки в названии рисунка:

а) рисунок берется из источника литературы: Рисунок 1 – Динамика экономических показателей [5, с. 43]

б) в рисунок добавлены авторские дополнения: Рисунок 1 – Механизм управления организацией АПК (с авторской доработкой).

Рисунки должны располагаться непосредственно после текста, в котором они упоминаются впервые, или на следующей странице, с отбивкой в один полуторный интервал (одна пустая строка) сверху от рисунка и снизу от заголовка рисунка. Рисунки нумеруются арабскими цифрами, при этом нумерация сквозная, не допускается нумеровать в пределах главы работы.

Название пишется под рисунком по центру, как и рисунок, форматирование — как и у обычного текста. Слово «Рисунок» пишется полностью. Если рисунок первый, то он обозначается «Рисунок 1». При ссылках на иллюстрацию следует писать «... в соответствии с рисунком 1» или (Рисунок 1). После слово «Рисунок 1» пишется название. В этом случае подпись должна выглядеть так: «Рисунок 1 — Название».

Точка в конце названия рисунка не ставится.

Оформление таблиц.

На все таблицы в тексте должны быть ссылки (например, табл.1). Таблица должна располагаться непосредственно после текста, в котором она упоминается впервые, или на следующей странице с отбивкой в один полуторный интервал (одна пустая строка) сверху и снизу таблицы. Все таблицы нумеруются (нумерация сквозная, например, Таблица 1). Слово «Таблица» пишется полностью. Наличие у таблицы собственного названия обязательно. Название состоит из слова «Таблица», номера, тире и названия. Название таблицы следует помещать над таблицей **слева, без абзацного отступа в одну строку с ее номером через тире** (например: Таблица 1 — Название). Точка в конце названия таблицы не ставится.

Таблица должна занимать место от левого до правого поля страницы. Графу № п/п включать не допускается.

При отсутствии отдельных данных в таблице следует ставить прочерк (тире).

При переносе таблицы на следующую страницу название помещают только над первой частью, больше оно не дублируется, при этом нижнюю горизонтальную черту, ограничивающую первую часть таблицы, не проводят. Над другими частями также **справанишут**, например, «Продолжениетаблицы 1».

Заголовки столбцов и строк таблицы следует писать с прописной буквы в единственном числе, а подзаголовки столбцов - со строчной буквы, если они составляют одно предложение с заголовком, или с прописной буквы, если они имеют самостоятельное значение. В конце заголовков и

подзаголовков столбцов и строк точки не ставят. Заголовки столбцов, как правило, записывают параллельно строкам таблицы, но при необходимости допускается их перпендикулярное расположение.

Размер шрифта текста в таблице меньше, чем размер шрифта основного текста, а именно 12пт. через одинарный интервал. Числовые данные должны быть выровнены в таблице.

Как оформлять перечисления.

Внутри текста работы могут быть перечисления. Перед каждым перечислением следует ставить дефис или, при необходимости, арабские цифры.

Для дальнейшей детализации перечислений необходимо использовать и строчные буквы, после которых ставится скобка, а запись производится с абзацного отступа 1,25 см.

2.5

Критерии и показатели оценки результатов защиты ВКР

Примерные показатели качества ВКР и её защиты, (оценка по 5-балльной шкале (2, 3, 4, 5))

№ п/п	Ф. И. О. студента	Обоснование актуальности темы	Уровень теоретической проработки проблемы	Уровень научно-исследовательской проработки проблемы	Уровень использования информационных технологий	Уровень апробации работы, публикации	Качество графического материала	Качество доклада	Обоснованность выводов по работе	Аргументированность ответов на вопросы	Эрудиция и знания в профессиональной области деятельности	Количество набранных баллов	Итоговая оценка
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	
1													
2													
...													

Примерные показатели оценивания результатов освоения образовательной программы в процессе защиты ВКР с учетом уровней сформированности компетенций

а) «отлично» – магистр показывает глубокие, исчерпывающие знания в объеме пройденной программы на повышенном и высоком уровне, уверенно действует по применению полученных знаний на практике, грамотно и логически стройно излагает материал при защите ВКР, умеет формулировать обоснованные выводы из изложенного теоретического материала, на основе глубокой научно-исследовательской проработки проблемы;

б) «хорошо» – магистр показывает твердые и достаточно полные знания в объеме пройденной программы преимущественно на повышенном уровне, допускает незначительные ошибки при освещении темы ВКР, правильно действует по применению знаний на практике, делает четкие и обоснованные выводы по работе;

в) «удовлетворительно» – магистр показывает знания в объеме пройденной программы преимущественно на пороговом уровне, ответы на вопросы, выявляющие уровень теоретической и научно-исследовательской проработки проблемы, излагает хотя и с ошибками, но уверенно исправляемыми после дополнительных и наводящих вопросов, правильно действует по применению знаний на практике;

г) «неудовлетворительно» – магистр показывает знания в объеме пройденной программы преимущественно ниже порогового уровня, допускает грубые ошибки в ответах на вопросы, выявляющие уровень теоретической и научно-исследовательской проработки проблемы, не умеет применять знания на практике.

2.6 Список рекомендуемой учебно-методической литературы, ресурсы сети «Интернет»

2.6.1. Основная литература

1. *Алешина, И.В.* Паблик рилейшенз для менеджеров и маркетологов. Ассоциация авторов и издателей «Тандем». – М.: ГНОМ-ПРЕСС, 2025.
2. *Годин, А.М.* Брендинг: учебное пособие / А.М. Годин. – 4-е изд. – Москва: Дашков и К°, 2025. – 184 с.
3. *Джафаров, К.А.* Исследования в рекламе: учебное пособие / К.А. Джафаров. – Новосибирск: Новосибирский государственный технический университет, 2025. – 92 с.
4. *Дымова, С.С.* Введение в рекламу и PR: учебное пособие: [16+] / С.С. Дымова, В.С. Матюшкин, В.Ю. Филин; Институт бизнеса и дизайна. – Москва: Институт Бизнеса и Дизайна, 2024. – 130 с.
5. *Кашаева, Е.Ю.* Теория и практика спичрайтинга: учебник для бакалавров: [16+] / Е.Ю. Кашаева, Л.Г. Павлова; Южный федеральный университет. – Ростов-на-Дону; Таганрог: Южный федеральный университет, 2024. – 318 с.
6. *Кузнецов, П.А.* Политическая реклама: Теория и практика / П.А. Кузнецов. – Москва: Юнити, 2024. – 127 с.
7. *Маркетинг PR и рекламы: учебник / И.М. Синяева, В.М. Маслова, О.Н. Романенкова, В.В. Синяев; под ред. И.М. Синяевой. – Москва: Юнити, 2025, 495 с.*
8. *Сердобинцева, Е.Н.* Структура и язык рекламных текстов: учебное пособие / Е.Н. Сердобинцева. – 4-е изд., стер. – Москва: Флинта, 2025. – 161 с.
9. *Социальная реклама: учебное пособие / Л.М. Дмитриева, Ю.С. Вернадская, Т.А. Костылева и др.; ред. Л.М. Дмитриева. – Москва: Юнити, 2025. 271 с.*
10. *Цветкова, Г.С.* Рекламный менеджмент: учебное пособие / Г.С. Цветкова; Министерство науки и высшего образования Российской Федерации, Поволжский государственный технологический университет. – Йошкар-Ола: Поволжский государственный технологический университет, 2025. – 108 с.
11. *Шарков, Ф.И.* Коммуникология: коммуникационный консалтинг / Ф.И. Шарков. – Москва: Дашков и К°, 2025. – 407 с.
12. *Шарков, Ф.И.* Константы гудвилла: стиль, паблисити, репутация, имидж и бренд фирмы: учебное пособие / Ф.И. Шарков. – 3-е изд. – Москва: Дашков и К°, 2025. – 272 с.
13. *Шпаковский, В.О.* Организация и проведение рекламных мероприятий посредством BTL-коммуникаций: учебное пособие / В.О. Шпаковский, Н.М. Чугунова, И.В. Кирильчук. – 3-е изд. – Москва: Дашков и К°, 2025. – 128 с.

2.6.2. Дополнительная литература

14. Рекламный дискурс и рекламный текст: коллективная монография / науч. ред. Т.Н. Колокольцева. – 3-е изд., стер. – Москва: Флинта, 2025. – 297 с.

15. *Протасова, О.Л.* Связи с общественностью и имидж в политической сфере российского общества: учебное пособие / О.Л. Протасова, Э.В. Бикбаева, М.Д. Наумова; Тамбовский государственный технический университет. – Тамбов: Тамбовский государственный технический университет (ТГТУ), 2025. – 83 с.

16. *Кириллова, Н.Б.* Медиакультура и основы медиаменеджмента: учебное пособие: [16+] / Н.Б. Кириллова. – Москва; Берлин: Директ-Медиа, 2025. – 185 с.

17. *Овчинникова, Р.Ю.* Дизайн в рекламе: основы графического проектирования / Р.Ю. Овчинникова; ред. Л.М. Дмитриева. – Москва: Юнити, 2025. – 239 с.

18. *Малькевич, А. А.* Организация и проведение кампаний в сфере связей с общественностью: учебное пособие для вузов / А. А. Малькевич. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 109 с.

19. *Душкина, М. Р.* Технологии рекламы и связей с общественностью в маркетинге: учебник для вузов / М. Р. Душкина. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 462 с.

20. *Борщевский, Г. А.* Связи с общественностью в органах власти: учебник и практикум для вузов / Г. А. Борщевский. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 267 с.

21. *Жильцова, О. Н.* Связи с общественностью: учебное пособие для вузов / О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 337 с.

22. Связи с общественностью как социальная инженерия: учебник для вузов / В. А. Ачкасова [и др.]; под редакцией В. А. Ачкасовой, Л. В. Володиной. — 2-е изд., испр. и доп. Москва : Издательство Юрайт, 2025.

23. *Бударина, О. А.* Организация работы структур по связям с общественностью: учебное пособие для вузов / О. А. Бударина. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 126 с.

24. *Артемьева, О. А.* Качественные и количественные методы исследования в психологии: учебное пособие для вузов / О. А. Артемьева. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 152 с.

25. *Чумиков, А. Н.* Связи с общественностью. Практикум: учебное пособие для вузов / А. Н. Чумиков. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 173 с.

26. *Синяева, И. М.* Основы рекламы: учебник и практикум для среднего профессионального образования / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, Д. А. Жильцов. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 552 с.

27. *Морозова, Н. С.* Реклама в социально-культурном сервисе и туризме: учебник для вузов / Н. С. Морозова, М. А. Морозов. — 6-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2024. — 192 с.

28. *Домнин, В. Н.* Брендинг: учебник и практикум для среднего профессионального образования / В. Н. Домнин. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 493 с.

29. *Тюрин, Д. В.* Маркетинговые исследования: учебник для вузов / Д. В. Тюрин. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 342 с.

30. *Чернышева, А. М.* Маркетинговые исследования и ситуационный анализ в 2 ч. Часть 2: учебник и практикум для вузов / А. М. Чернышева, Т. Н. Якубова. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 219 с.

31. *Дзялошинский, И. М.* Современный медиатекст. Особенности создания и функционирования: учебник для вузов / И. М. Дзялошинский, М. А. Пильгун. — 2-

е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 345 с.

32. *Виноградова, С. М.* Психология массовой коммуникации: учебник для вузов / С. М. Виноградова, Г. С. Мельник. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 443 с.

33. *Музыкант, В. Л.* Основы интегрированных коммуникаций: теория и современные практики в 2 ч. Часть 1. Стратегии, эффективный брендинг: учебник и практикум для вузов / В. Л. Музыкант. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 475 с.

34. *Музыкант, В. Л.* Основы интегрированных коммуникаций: теория и современные практики в 2 ч. Часть 2. SMM, рынок М&А: учебник и практикум для вузов / В. Л. Музыкант. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 507 с.

35. *Горелов, Н. А.* Методология научных исследований: учебник и практикум для вузов

/ Н. А. Горелов, Д. В. Круглов, О. Н. Кораблева. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 365 с.

36. *Коноваленко, М. Ю.* Психология рекламы и PR: учебник для вузов / М. Ю. Коноваленко, М. И. Ясин. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 393 с.

2.6.3. Периодические издания

Советник,
Российская газета,
ПОЛИС («Политические исследования»),
Маркетинг в России и за рубежом,
Реклама. Теория и практика.
Маркетинг Про.
Российский рекламный вестник.
Рекламные идеи.
Индустрия рекламы.
Практический маркетинг.
Рекламные технологии.

2.6.4. Ресурсы сети «Интернет»:

<http://www.wciom.ru/> – Всероссийский центр изучения общественного мнения. Одна из главных исследовательских организаций России. Занимается исследованием общественного мнения в области маркетинга, политических и социальных исследований. На сайте можно осуществлять поиск материала по тематическим разделам и по годам.

<http://www.niiss.ru/index.html> - Научно-исследовательский институт социальных систем при МГУ им. М. В. Ломоносова

<http://www.comcon-2.com/> - "Комкон 2". Сайт одной из ведущих компаний в области исследования рынка и средств массовой информации. Содержит описание постоянных проектов, а также используемой методологии. Наибольший интерес представляет изучение аудитории Интернет. Содержит массу интересных публикаций с результатами исследований и энциклопедию интересных ссылок, касающихся, прежде всего, маркетинга.

<http://www.dis.ru> – Журнал «Маркетинг в России и за рубежом».

<http://www.bci-marketing.aha.ru/> - Журнал «Практический маркетинг».

<http://jf.spbu.ru/reklama> - сайт Высшей школы журналистики и массовых коммуникаций СПбГУ.

<https://biblioclub.ru/> - электронная библиотечная система (ЭБС) «Университетская библиотека онлайн».

<http://www.advesti.ru> – сайт «Новости рекламы».

<http://www.sostav.ru> - Информационно-аналитический портал, посвященный маркетингу, рекламе и PR.

wciom.ru - Всероссийский центр изучения общественного мнения (ВЦИОМ).

www.advertology.ru – Наука о рекламе – все о рекламе, маркетинге и PR.

www.gipp.ru – сайт Гильдии российских издателей периодических СМИ

Приложение 1

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«БРЯНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИМЕНИ АКАДЕМИКА И.Г. ПЕТРОВСКОГО»

Институт____
Факультет____
Кафедра____

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА (МАГИСТЕРСКАЯ ДИССЕРТАЦИЯ)

(тема ВКР)

Код, направление подготовки:_____
Направленность (профиль) программы:

(Рекомендована/
Не рекомендована к защите в ГЭК)
протокол №_от «_»_____20_г.

Обучающийся
(Фамилия Имя Отчество) курса,_____группы
(форма обучения)
(подпись)

Заведующий кафедрой
(наименование кафедры)
(Ф.И.О., учёная степень, учёное звание)
(подпись)

Руководитель
(Ф.И.О., должность, учёная степень и
(или) учёное звание)
(подпись) Консультант (ы)
(Ф.И.О., должность, учёная степень и (или)
учёное звание)

Брянск 20_г.

Приложение 2

ЛИСТ СОГЛАСОВАНИЯ ТЕМАТИКИ ВКР С ОБУЧАЮЩИМИСЯ

Факультет _____

Код, направление (специальность):

Направленность (профиль)

Форма обучения

Ф.И.О. обучающегося полностью	Тема выпускной квалификационной работы	Научный руководитель	Подпись обучающегося
1.			
2.			
3...			

Декан факультета

(подпись, Ф.И.О.)

« ____ » _____ 20 ____ г.

Приложение 3

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«БРЯНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ АКА ДЕМИКА И.Г. ПЕТРОВСКОГО»

Факультет_

УТВЕРЖДАЮ
Заведующий кафедрой_
(подпись) (Ф.И.О.)

ЗАДАНИЕ
на выполнение
(магистерской диссертации)

по направлению подготовки (специальности)_
направленность (профиль) образовательной программы_
обучающемуся_____ группа_

Тема

(Ф.И.О.)

Утверждена приказом БГУ от

Срок выполнения работы_____

№_

1. Исходные данные для выполнения работы (монографии, статьи, документы)

2. Содержание разделов ВКР и календарный график её выполнения:

№	Наименование глав (разделов) работы и их содержание	Срок выполнения работы	Примечание
1			
2			
3			

3. Научно-библиографический поиск

3.1. По учебно-методической литературе просмотреть:

за последние_____года.

3.2. По научной литературе просмотреть:

за последние_____года.

3.3. По нормативным документам просмотреть:

за последний год.

Руководитель ВКР:_____ (подпись)
(Ф.И.О., должность, учёная степень и (или) учёное звание)

Консультант (ы) ВКР:_____ (подпись)
(Ф.И.О., должность, учёная степень и (или) учёное звание)

Задание принял к исполнению: «___»_____20г.
(подпись, Ф.И.О.)

(подпись студента)

РЕЦЕНЗИЯ

на выпускную квалификационную работу

(тема ВКР)

обучающегося курса _____ формы обучения _____

(Ф.И.О. обучающегося)

Направление подготовки_____Направленность (профиль)_____

образовательной программы

Рецензент _____

(Ф.И.О., должность, учёная степень и (или) учёное звание)

СОДЕРЖАНИЕ РЕЦЕНЗИИ

[illegible]

Выводы:

(Заключительная фраза) Выпускная квалификационная работа соответствует предъявляемым требованиям и заслуживает положительной или высокой положительной оценки /Выпускная квалификационная работа не соответствует предъявляемым требованиям и не заслуживает положительной оценки.

« _____ » 20 ____ г. _____ (подпись рецензента)

Место печати организации

ОТЗЫВ
о работе обучающегося в период подготовки
выпускную квалификационную работу (тема
ВКР)

обучающегося _____ курса _____ формы обучения
(Ф.И.О. обучающегося)

Направление подготовки _____ Направленность (профиль)
образовательной программы _____

Научный руководитель: _____
(Ф.И.О., должность, учёная степень и (или) учёное звание)

СОДЕРЖАНИЕ ОТЗЫВА

This image shows a single sheet of white paper with horizontal ruling lines. The lines are evenly spaced and run across the width of the page. There are no margins, text, or other markings on the paper.

Выводы:

(Заключительная фраза) Выпускная квалификационная работа соответствует предъявляемым требованиям и рекомендована к защите в ГЭК/ Выпускная квалификационная работа не соответствует предъявляемым требованиям и не рекомендована к защите в ГЭК.

« _____ » 20 ____ г. _____ (подпись руководителя ВКР)

РЕЦЕНЗИЯ

на программу итоговой государственной аттестации, разработанную на основе Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования (ФГОС ВО), направления подготовки 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль) «Реклама и связи с общественностью в организационной и коммуникативной сферах» очно-заочной формы обучения

Программа итоговой государственной аттестации разработана выпускающей кафедрой русской, зарубежной литературы и массовых коммуникаций филологического факультета ФГБОУ ВО «Брянский государственный университет имени академика И.Г. Петровского».

Рецензируемая программа итоговой государственной аттестации разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования (ФГОС ВО), направления подготовки 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью», профиль «Реклама и связи с общественностью в организационной и коммуникативной сферах» очно-заочной формы обучения (приказ Минобрнауки России от 08.06.2017 г. № 528 «Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 42.04.01 – Реклама и связи с общественностью (уровень магистратура).

Государственная итоговая аттестация направления подготовки 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью», профиль «Реклама и связи с общественностью», профиль «Реклама и связи с общественностью в организационной и коммуникативной сферах» очно-заочной формы обучения проводится государственной экзаменационной комиссией в целях определения соответствия результатов освоения обучающимися основной образовательной программы требованиям федерального стандарта высшего образования.

Программа рассчитана на проверку компетенций, обучающихся в результате освоения дисциплин по ФГОС ВО: УК-1, УК-2, УК-3, УК-4, УК-5, УК-6, ОПК-1, ОПК-2, ОПК-3, ОПК-4, ОПК-5, ОПК-6, ОПК-7, ПК-1, ПК-2, ПК-3, ПК-4, ПК-5.

Защита ВКР (магистерская диссертация) является обязательной формой государственной итоговой аттестации обучающегося по соответствующему направлению и выполняется в видах, соответствующих ступеням (уровням) высшего образования:

- для степени «магистр» - в форме ВКР (магистерская диссертация).

Цель и задачи ВКР состоят:

- систематизация, закрепление и расширение теоретических знаний, применение знаний при решении конкретных практических и научных задач;
- развитие навыков ведения самостоятельной работы и овладение методикой исследования при решении определенных проблем и вопросов в ВКР;

- определение уровня теоретических и практических знаний обучающихся, а также умений применять их для решения конкретных практических задач по направлению подготовки;
- использование методики экспериментальных и научно-практических исследований;
- систематизация эмпирических данных формирование выводов и положений диссертации, как результат аналитической работы и представление ее в собственном публичном выступлении;
- завершение формирования общепрофессиональных и профессиональных компетенций выпускника.

Программа ГИА содержит требования к структуре ВКР, содержанию, форме представления и объему ВКР, а также критерии оценки определяются методическими указаниями, разработанными выпускающей кафедрой на основании ФГОС ВО и рекомендациями соответствующих учебно-методических объединений. В программе ГИА приводятся общие требования к оформлению ВКР (ГОСТ).

Рецензент:
генеральный директор
ООО «Студия рекламы «Айсберг»



А.А. Бергманис

ЛИСТ СОГЛАСОВАНИЯ ПРОГРАММЫ ГИА

1. РАЗРАБОТАНА:

Руководитель ОПОП _____ (Якубенко Е.Н.)
(подпись)

«25»_марта_2025 г.

2. **Одобрена и рекомендована кафедрой** русской,
зарубежной литературы и массовых коммуникаций
к рассмотрению учёным советом филологического факультета
протокол №_8 от «27»_марта_2025 г.

И.о. заведующего выпускающей кафедрой _____ (Левичева Е.В.)
(подпись)

3. **Одобрена и рекомендована учёным советом**
филологического факультета к рассмотрению
учёным советом университета протокол №_8_от
«24»_апреля_2025 г.

Декан филологического факультета _____ (Киютин И.И.)
(подпись)

«25»_апреля_2024 г.

3. СОГЛАСОВАНО:

Директор института русской и романо-германской
филологии _____ (Гулько В.А.)
(подпись)

«24»_апреля_2025 г.