

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

«17» апреля 2026 г.

ПРОГРАММА

ГОСУДАРСТВЕННОЙ АТТЕСТАЦИИ

Направление подготовки:

42.04.01 «Реклама и связи с общественностью»

Направленность (профиль) программы:

**«Реклама и связи с общественностью в
цифровой среде»**

Уровень высшего образования:

магистратура

Форма обучения: ***очно-заочная***

2026 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 цифровой среде» 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);

- Специалист по производству продукции сетевых изданий и информационных агентств, утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 19 февраля 2019 года N 95н (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 16 мая 2019 года, регистрационный N 54635), (с изменениями на 12 декабря 2016 года);

- Специалист по интернет-маркетингу, утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 19.07.2022 № 420н, зарегистрировано в Минюсте России от 22 августа 2022 г., регистрационный № 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 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.
		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	УК-5.1. Выбирает стиль общения с учетом культурологических и социальных особенностей аудитории.

	взаимодействия.	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 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
		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.	ОПК-4.1.
	Способен анализировать потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты	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	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.

	медиакommunikационных 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 медиакommunikационных 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 медиакommunikационных 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 технологии	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.
		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
Организационно-управленческий	ПК-1 Способен организовать работу и руководить проектом по созданию Интернет-рекламы и/или Интернет-кампанией любого уровня сложности с учетом специфики коммуникационных задач и имеющегося мирового и отечественного опыта..	ПК-1.1. Демонстрирует знания: основ управления проектами; работы с социальными медиа; принципами проведения контекстно-медийных рекламных кампаний; создания баннерной рекламы с учетом подходов, приемов и методов проведения анализа эффективности маркетинговой активности агентства в сети Интернет и влияния цифровой культурной политики в регионе, стране и мире.
		ПК-1.2. умеет анализировать получаемую от заказчика информацию и выявлять с помощью маркетинговых, медиаметрических исследований и веб-аналитики аудиторные ожидания и требования; разрабатывать стратегию продвижения в соответствии с требованиями и ожиданиями заказчика; разрабатывать техническую, организационно-правовую, отчетную и договорную документацию.
		ПК-1.3. владеет навыками по организации и управлению проектом по созданию Интернет-рекламы и/или Интернет-кампании любого уровня сложности с учетом специфики коммуникационных задач и влияния цифровой культурной политики в регионе, стране и мире.
	ПК-2 Способен организовать работу и руководить информационным агентством, дизайн и веб-студией и пресс-службой организации в условиях цифровой среды.	ПК-2.1. демонстрирует знания: основ менеджмента; маркетинга; предпринимательства; стандартов, технических условий и других нормативных документов в области электронных СМИ; основ организации труда и управления информационным агентством, дизайн- и веб-студией и пресс-службой организации в условиях цифровой среды.
		ПК-2.2. умеет определять цели и задачи; осуществлять стратегическое и тактическое планирование информационного агентства на год, а также в рамках отдельных Интернет-кампаний; распределять обязанности подчиненных и/или членов команды; взаимодействовать с другими подразделениями предприятия, мотивировать персонал; оценивать эффективность работы подразделения (предприятия) с учетом современной цифровой среды, разрабатывать стратегию развития агентства.
		ПК-2.3. владеет успешным опытом организации работы и руководства информационным агентством, дизайн- и веб-студией и пресс-службой организации в условиях цифровой среды.
Проектно-аналитический	ПК-3 Способен применять в профессиональной деятельности комплекс современных технологических решений, технических средств, приемов и методов создания Интернет-кампаний, Интернет-рекламы и	ПК-3.1. демонстрирует знания: о принципах и методах художественно-технического оформления Интернет-кампании, Интернет-рекламы; о законодательстве Российской Федерации и нормативных документах, регламентирующих деятельность СМИ; об основах копирайтинга и веб-райтинга.
		ПК-3.2 умеет применять на практике положительный дизайнерский опыт в создании Интернет-кампаний, Интернет-рекламы, базовые приемы композиции рекламных и PR-материалов в сети Интернет и правила составления и редактирования PR-текстов и рекламных объявлений, привлекательных для целевой аудитории продвигаемого веб-сайт с учетом законодательства Российской Федерации.

	продвижения товаров и/или услуг в сети Интернет.	ПК-3.3. разрабатывает общую концепцию художественного оформления Интернет-кампании и Интернет-рекламы, принимает решения об обновлении отдельных элементов дизайна веб-сайта.
	ПК-4 Способен осуществлять проектно-аналитическую деятельность с учетом специфики профессиональной сферы и условий современной цифровой среды.	ПК-4.1. демонстрирует знания: об основах контекстно-медийной рекламы, видов поисковых запросов пользователей в сети Интернет; о программных средствах и платформах для SEO-оптимизации товаров и услуг в целях продажи; об особенностях размещения контекстно-медийных объявлений в системах контекстно-медийной рекламы.
		ПК-4.2 умеет применять на практике: программные средства и платформы для SEO-оптимизации товаров и услуг в целях продажи; составлять рекламные тексты, включающие ссылки на продвигаемый веб-сайт, для размещения на веб-сайтах партнеров; системы размещения контекстно-медийной рекламы.
		ПК-4.3 осуществляет услуги по SEO-оптимизации и продвигает веб-сайт, чтобы привлекать клиентов из Интернета с учетом веб-аналитики.

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.

Планируемые результаты обучения по дисциплине:

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине
	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 Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий.	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.
	УК-1.3 Рассматривает, предлагает и обосновывает возможные варианты решения проблемной ситуации на основе системного подхода, оценивая их достоинства и недостатки	Владеет: В1 (УК-1.1.) исследованием проблем профессиональной
	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. Определяет проблему, на решение которой направлен проект, круг задач в рамках поставленной цели	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-3.1 Понимает эффективность использования стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели, определяет	Знает: 31 (УК-3.1.) теоретические концепции лидерства и руководства 32 (УК-3.1.) особенности
УК-3 Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели	роль каждого участника в команде	руководства и лидерства в 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 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	Владеет: В1 (УК-3.3.) навыками командообразования 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 на русском и иностранном (ых) языке (ах) письменные тексты научного и официально-делового стилей речи;
	УК-4.3 Ведет деловую переписку с учетом особенностей стилистики официальных и неофициальных писем, в том числе на иностранном(ых) языке(ах)	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-4.4 Демонстрирует умение выполнять перевод академических и профессиональных текстов с	Владеет: В1 (УК-4.1.) реализацией способов устной и письменной видов коммуникации, в том числе на иностранном (ых) языке (ах);

	иностранный(ые) язык(и) на русский, с русского языка на иностранный(ые) язык(и)	В2 (УК-4.2.) представлением результатов собственной и командной деятельности с использованием коммуникативных технологий.
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	Знает: 31 (УК-5.1.) основы социального взаимодействия, направленного на решение 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.
	УК-6.2 Формулирует цели собственной деятельности, определяет пути их достижения с учетом ресурсов, условий, средств, временной перспективы развития деятельности и планируемых результатов	Умеет: У1 (УК-6.1.) создавать и достраивать индивидуальную траекторию саморазвития при 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 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	Знает: З1 (ОПК-1.1.) процесс создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов; З2 (ОПК-1.2.) процесс создания коммуникационных продуктов.
	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 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	Знает: 31 (ОПК-2.1.) основные тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах; 32 (ОПК-2.2.) основные тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых 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 создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах; У2 (ОПК-2.2.) 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 Демонстрирует методы анализа потребностей общества и интересов аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты	Знает: 31 (ОПК-4.1.) методы анализа потребности общества в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты;

ОПК-4 Способен анализировать потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты		32 (ОПК-4.2.) интересы 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	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 функционирования, правовых и этических норм регулирования;
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

экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования		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	Умеет: У1 (ОПК-5.1.) анализировать актуальные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, исходя из 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 ответственности.

ОПК-7 Способен оценивать и прогнозировать возможные эффекты в медиасфере, следуя принципам социальной 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 организовать работу и руководить проектом по созданию Интернет-рекламы и/или Интернет-кампанией любого уровня сложности с учетом специфики коммуникационных задач и имеющегося мирового и отечественного опыта.	ПК-1.1. Демонстрирует знания: основы управления проектами; работы с социальными медиа; принципами проведения контекстно-медийных рекламных кампаний; создания баннерной рекламы с учетом подходов, приемов и методов проведения анализа эффективности маркетинговой активности агентства в сети Интернет и влияния цифровой культурной политики в регионе, стране и мире.	Знает: 31 (ПК-1.1) основы управления проектами; основы работы с социальными медиа; принципы проведения контекстно-медийных рекламных кампаний; процесс создания баннерной рекламы с учетом подходов. 32 (ПК-1.2.) приемы и методы проведения анализа эффективности маркетинговой активности агентства в сети Интернет и влияния цифровой культурной политики в регионе, стране и мире.
	ПК-1.2. умеет анализировать получаемую от заказчика информацию и выявлять с помощью маркетинговых, медиаметрических исследований и веб-аналитики аудиторные ожидания и требования; разрабатывать стратегию продвижения в соответствии с требованиями и ожиданиями заказчика; разрабатывать техническую, организационно-правовую, отчетную и договорную документацию.	Умеет: У1 (ПК-1.1) умеет анализировать получаемую от заказчика информацию и выявлять с помощью маркетинговых, медиаметрических исследований и веб-аналитики аудиторные ожидания и требования. У2 (ПК-1.2) умеет разрабатывать стратегию продвижения в соответствии с требованиями и ожиданиями заказчика; разрабатывать техническую, организационно-правовую, отчетную и договорную документацию.

	ПК-1.3 владеет навыками по организации и управлению проектом по созданию Интернет-рекламы и/или Интернет-кампании любого уровня сложности с учетом специфики коммуникационных задач и влияния цифровой культурной политики в регионе, стране и мире.	Владеет: В1(ПК-1.1) владеет навыками по организации и управлению проектом по созданию Интернет-рекламы и/или Интернет-кампании любого уровня сложности с учетом специфики коммуникационных задач и влияния цифровой культурной политики в регионе, стране и мире.
ПК-2 Способен организовать работу и руководить информационным агентством, дизайн и веб-студией, и пресс-службой организации в условиях цифровой среды	ПК-2.1. демонстрирует знания: основ менеджмента; маркетинга; предпринимательства; стандартов, технических условий и других нормативных документов в области электронных СМИ; основ организации труда и управления информационным агентством, дизайн- и веб-студией и пресс-службой организации в условиях цифровой среды.	Знает: 31 (ПК-2.1) основы менеджмента; маркетинга; предпринимательства; стандартов, технических условий и других нормативных документов в области электронных СМИ. 32 (ПК-2.2) основы организации труда и управления информационным агентством, дизайн- и веб-студией и пресс-службой организации в условиях цифровой среды.
	ПК-2.2. умеет определять цели и задачи; осуществлять стратегическое и тактическое планирование информационного агентства на год, а также в рамках отдельных Интернет-кампаний; распределять обязанности подчиненных и/или членов команды; взаимодействовать с другими подразделениями предприятия, мотивировать персонал; оценивать эффективность работы подразделения (предприятия) с учетом современной цифровой среды, разрабатывать стратегию развития агентства.	Умеет: У1 (ПК-2.1) умеет определять цели и задачи; осуществлять стратегическое и тактическое планирование информационного агентства на год, а также в рамках отдельных Интернет-кампаний. У2 (ПК-2.2) умеет распределять обязанности подчиненных и/или членов команды; взаимодействовать с другими подразделениями предприятия, мотивировать персонал. У3 (ПК-2.3) умеет оценивать эффективность работы подразделения (предприятия) с учетом современной цифровой среды, разрабатывать стратегию развития агентства.
	ПК-2.3. владеет успешным опытом организации работы и руководства информационным агентством, дизайн- и веб-студией и пресс-службой организации в условиях цифровой среды.	Владеет: В1(ПК-2.1) владеет успешным опытом организации работы и руководства информационным агентством, дизайн- и веб-студией и пресс-службой организации в условиях цифровой среды.

ПК-3 Способен применять в профессиональной деятельности комплекс современных технологических решений, технических средств, приемов и методов создания Интернет-кампаний, Интернет-рекламы и продвижения товаров и/или услуг в сети Интернет	ПК-3.1. демонстрирует знания: о принципах и методах художественно-технического оформления Интернет-кампаний, Интернет-рекламы; о законодательстве Российской Федерации и нормативных документах, регламентирующих деятельность СМИ; об основах копирайтинга и веб-райтинга.	Знает: 31 (ПК-3.1) о принципах и методах художественно-технического оформления Интернет-кампаний, Интернет-рекламы; 32 (ПК-3.2) о законодательстве Российской Федерации и нормативных документах, регламентирующих деятельность СМИ; об основах копирайтинга и веб-райтинга.
	ПК-3.2 умеет применять на практике положительный дизайнерский опыт в создании Интернет-кампаний, Интернет-рекламы, базовые приемы композиции рекламных и PR-материалов в сети Интернет и правила составления и редактирования PR-текстов и рекламных объявлений, привлекательных для целевой аудитории продвигаемого веб-сайт с учетом законодательства Российской Федерации.	Умеет: У1 (ПК-3.1.) умеет применять на практике положительный дизайнерский опыт в создании Интернет-кампаний, Интернет-рекламы, базовые приемы композиции рекламных и PR-материалов в сети Интернет и правила составления и редактирования PR-текстов и рекламных объявлений, привлекательных для целевой аудитории продвигаемого веб-сайт с учетом законодательства Российской Федерации.
	ПК-3.3. разрабатывает общую концепцию художественного оформления Интернет-кампаний и Интернет-рекламы, принимает решения об обновлении отдельных элементов дизайна веб-сайта.	Владеет: В1 (ПК-3.1) разработкой общей концепции художественного оформления Интернет-кампаний и Интернет-рекламы. В2 (ПК-3.2.) методами принятия решений по обновлению отдельных элементов дизайна веб-сайта.
ПК- 4 Способен осуществлять проектно-аналитическую деятельность с учетом специфики профессиональной сферы и условий современной цифровой среды.	ПК-4.1. демонстрирует знания: об основах контекстно-медийной рекламы, видов поисковых запросов пользователей в сети Интернет; о программных средствах и платформах для SEO-оптимизации товаров и услуг в целях продажи; об особенностях размещения контекстно-медийных объявлений в системах контекстно-медийной рекламы.	Знает: 31 (ПК-4.1) основы контекстно-медийной рекламы, виды поисковых запросов пользователей в сети Интернет. 32 (ПК-4.2) программные средства и платформы для SEO-оптимизации товаров и услуг в целях продажи. 33 (ПК-4.3.) особенности размещения контекстно-медийных объявлений в системах контекстно-медийной рекламы.

	ПК-4.2 умеет применять на практике: программные средства и платформы для SEO-оптимизации товаров и услуг в целях продажи; составлять рекламные тексты, включающие ссылки на продвигаемый веб-сайт, для размещения на веб-сайтах партнеров; системы размещения контекстно-медийной рекламы.	Умеет: У1 (ПК-4.1.) умеет применять на практике программные средства и платформы для SEO-оптимизации товаров и услуг в целях продажи. У2 (ПК-4.2.) умеет составлять рекламные тексты, включающие ссылки на продвигаемый веб-сайт, для размещения на веб-сайтах партнеров. У3 (ПК-4.3) умеет применять на практике систему размещения контекстно-медийной рекламы.
	ПК-4.3 осуществляет услуги по SEO-оптимизации и продвигает веб-сайт, чтобы привлечь клиентов из Интернета с учетом веб-аналитики.	Владеет: В1 (ПК-4.1) приемами привлечения внимания клиентов из Интернета с учетом веб-аналитики посредством SEO-оптимизации и продвижения веб-сайт компании.

2.3. 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 диссертации демонстрирует самостоятельность выпускника, профессиональные знания, умения и практические навыки, приобретенные за период обучения. Рекомендуются 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.

2.3.1.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.

Утверждённый 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 «РУКОНТЕКСТ». 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.

2.3.2.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 объеме не менее 1300 печатных знаков.

2.3.3. 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 **справа пишут**, например, «Продолжение таблицы 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.

2.4. 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
...													

**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.

2.5. СПИСОК РЕКОМЕНДУЕМОЙ УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЙ ЛИТЕРАТУРЫ, РЕСУРСЫ СЕТИ «ИНТЕРНЕТ»

2.5.1. Основная литература

1. Алешина, И.В. Паблик рилейшенз для менеджеров и маркетологов. Ассоциация авторов и издателей «Тандем». – М.: ГНОМ-ПРЕСС, 2026.
2. Аксёнов К. В., Виноградова К. Е., Горчев А. А. и др. «Цифровые технологии в рекламе и связях с общественностью» Москва: Дашков и К°, 2026. – 184 с.
3. Годин, А.М. Брендинг: учебное пособие / А.М. Годин. – 4-е изд. – Москва: Дашков и К°, 2026. – 184 с.: ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=453899> . – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-02629-4. – Текст: электронный.
4. Джафаров, К.А. Исследования в рекламе: учебное пособие / К.А. Джафаров. – Новосибирск: Новосибирский государственный технический университет, 2026. – 92 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=228957> . – ISBN 978-5-7782-1462-0. – Текст : электронный.
5. 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, 2026. – 130 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=572919>. – Библиогр.: 122-123. – ISBN 978-5-6042873-3-0. – Текст: электронный.
6. 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, 2026. – 318 с.: ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=598561> . – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-9275-3214-8. – Текст: электронный.
7. Кульназарова А. В. «Цифровые технологии в рекламе и связях с общественностью» – Москва: Юнити, 2026. – 227 с.
8. Кузнецов, П.А. Политическая реклама: Теория и практика / П.А. Кузнецов. – Москва: Юнити, 2026. – 127 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=116754> . – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-238-01830-0. – Текст: электронный.
9. Маркетинг PR и рекламы: учебник / И.М. Синяева, В.М. Маслова, О.Н. Романенкова, В.В. Синяев; под ред. И.М. Синяевой. – Москва: Юнити, 2026. – 495 с.: табл., ил., схемы – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114709> . – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-238-02194-2. – Текст: электронный.
10. Сердобинцева, Е.Н. Структура и язык рекламных текстов: учебное пособие / Е.Н. Сердобинцева. – 4-е изд., стер. – Москва: Флинта, 2026. – 161 с.: ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=57575>. – Библиогр.: с. 128-129. – ISBN 978-5-9765-0910-8. – Текст: электронный.
11. Социальная реклама: учебное пособие / Л.М. Дмитриева, Ю.С. Вернадская, Т.А. Костылева и др.; ред. Л.М. Дмитриева. – Москва: Юнити, 2026. 271 с.

12. 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, 2026. – 108 с.
13. Шарков, Ф.И. Коммуникология: коммуникационный консалтинг / Ф.И. Шарков. – Москва: Дашков и К°, 2026. – 407 с.
14. Шарков, Ф.И. Константы гудвилла: стиль, паблисити, репутация, имидж и бренд фирмы: учебное пособие / Ф.И. Шарков. – 3-е изд. – Москва: Дашков и К°, 2026. – 272 с.
15. 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°, 2026. – 128 с.
16. Чумиков, А.Н., Горошко Е.И. Связи с общественностью и реклама в системе интернет-коммуникаций: теоретические обоснования и профессиональные практики: учебное пособие для студентов высших учебных заведений, обучающихся по направлению подготовки (специальности) «Реклама и связи с общественностью». — Москва: Аргамак-медиа, 2026. — 159, с.: ил.; 21 см. — ISBN 978-5-00024-060-1.
17. Халилов, Д. Маркетинг в социальных сетях. — 5-е изд. — Москва: Манн, Иванов и Фербер, 2026. — 228, с.: ил., портр., табл.; 22 см. — ISBN 978-5-00117-435-6.
18. Халилов, Д. Метод скользкой горки. — Москва: Манн, Иванов и Фербер, 2026. — 256 с.: ил. — ISBN 978-5-00146-717-7.
19. Халилов, Д. Нейросети для маркетинга, SMM и создания контента. — Москва: Манн, Иванов и Фербер, 2026. — 192 с.: ил. — ISBN 978-5-00195-217-3.

2.5.2.Дополнительная литература:

- 20.Рекламный дискурс и рекламный текст: коллективная монография / науч. ред. Т.Н. Колокольцева. – 3-е изд., стер. – Москва: Флинта, 2026. – 297 с. –Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=83209> . – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-9765-1112-5. – Текст: электронный.
- 21.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), 2026. –83 с. – Режим доступа: по подписке. — URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=445035> . – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-8265-1383-5. – Текст: электронный.
- 22.Кириллова, Н.Б. Медиакультура и основы медиаменеджмента: учебное пособие: [16+] / Н.Б. Кириллова. – Москва; Берлин: Директ-Медиа, 2026. – 185 с.
- 23.Овчинникова, Р.Ю. Дизайн в рекламе: основы графического проектирования / Р.Ю. Овчинникова; ред. Л.М. Дмитриева. – Москва: Юнити, 2024. – 239 с.
- 24.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, 2026.

25. Чумиков, А. Н. Связи с общественностью. Практикум: учебное пособие для вузов / А. Н. Чумиков. — Москва: Издательство Юрайт, 2026. — 173 с.

26. 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, 2026. — 219 с.

2.6. ПЕРИОДИЧЕСКИЕ ИЗДАНИЯ:

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

2.6.1. 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

This image shows a full page of white paper with horizontal blue or grey ruling lines. The lines are evenly spaced and run across the width of the page, providing a template for handwriting practice or general writing. There are no margins, text, or other markings on the page.

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 цифровой среде» 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, направленность (профиль) Реклама и связи с общественностью в цифровой среде» 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, направленность (профиль) Реклама и связи с общественностью в цифровой среде 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 дисциплины 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.

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).

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 формирование 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:

директор ООО «РУНЕКТ»



М.С. Кравченко

ЛИСТ СОГЛАСОВАНИЯ ПРОГРАММЫ ГИА

1. Разработана

Руководитель ОПОП,
кандидат экономических наук, доцент
«15» апреля 2026 г.

2. **Одобрена и рекомендована кафедрой** русской, зарубежной литературы и массовых коммуникаций к рассмотрению учёным советом филологического факультета

Протокол № 6 от «17» апреля 2026 г.
И.о. зав. кафедрой русской, зарубежной
литературы и массовых коммуникаций,
кандидат филологических наук, доцент
«17» апреля 2026 г.