

Документ подписан простой электронной подписью
 Информация о владельце:
 ФИО: Финк Анастасия Федоровна
 Должность: Проректор по учебной работе
 Дата подписания: 01.07.2026 13:13:12
 Уникальный программный ключ:
 2431bd5130e74d20a9fc74baab365dd497e3afa3

ЧОУ ВО «Тольяттинская академия управления»

Кафедра

связей с общественностью



Б3.О.1.01

ПРОГРАММА ГОСУДАРСТВЕННОЙ ИТОГОВОЙ АТТЕСТАЦИИ

По направлению подготовки	42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»
Профиль (программа бакалавриата)	«Реклама и связи с общественностью в коммерческих и некоммерческих организациях»
Квалификация	Бакалавриат
Форма обучения	Очная

Программа Государственной итоговой аттестации рассмотрена (актуализирована) и утверждена на заседании кафедры связей с общественностью

Протокол заседания № 11 от «05» июня 2026г.

Заведующий кафедрой Шнякина Юлия Равильевна

1. ОБЩАЯ ИНФОРМАЦИЯ

Программа Государственной итоговой аттестации составлена на основании федерального государственного образовательного стандарта высшего образования –бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», утвержденный приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 08.06.2017 № 512 (с изменениями и дополнениями), и учебного плана направления подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», профиль «Реклама и связи с общественностью в коммерческих и некоммерческих организациях». Государственная итоговая аттестация проводится в форме защиты выпускной квалификационной работы.

Трудоемкость программы ГИА: 9 ЗЕТ / 324 академических часов, в том числе: 12 часов контактной работы и 312 часов самостоятельной работы обучающихся.

Распределение часов Государственной итоговой аттестации по семестрам и видам занятий (по учебному плану):

Вид учебной работы		Количество часов								
		Всего по учебному плану	Семестры							
			1	2	3	4	5	6	7	8
Контактная работа (всего), в т.ч.:		12								12
Лекции										
Практические занятия		4								4
Контроль самостоятельной работы (КСР)		8								8
Самостоятельная работа (всего):		312								312
Форма проведения государственной итоговой аттестации: Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы										
ОБЩАЯ трудоемкость:	Часы:	324								324
	Зач. ед.:	9								9

2. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ИТОГОВОЙ АТТЕСТАЦИИ

Целью Государственной итоговой аттестации является определение соответствия результатов освоения обучающимися основной профессиональной образовательной программы высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с

общественностью» требованиям федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации 08.06.2017 № 512 (с изменениями и дополнениями).

Задачи Государственной итоговой аттестации:

- ~ систематизация теоретических знаний и закрепление практических навыков выпускника, полученных в ходе профессиональной подготовки;
- ~ развитие навыков ведения самостоятельной работы и овладение методикой исследования проблем и вопросов, поставленных в выпускной квалификационной работе;
- ~ выявление уровня теоретических и практических знаний, а также умения применять их для решения конкретных управленческих задач;
- ~ закрепление навыков принятия проектных решений при выполнении профессиональных задач и их обоснование на базе научных основ деятельности (системный и процессный подходы, математические методы и методы анализа, моделирование);
- ~ расширение теоретических знаний и практических навыков в области планирования, подготовки и проведения коммуникационных кампаний и мероприятий, применение полученных знаний для решения конкретных профессиональных задач;
- ~ накопление опыта комплексной разработки коммуникационных кампаний и мероприятий, представления и защиты результатов своей работы.

3. МЕСТО ГОСУДАРСТВЕННОЙ ИТОГОВОЙ АТТЕСТАЦИИ В УЧЕБНОМ ПЛАНЕ

Государственная итоговая аттестация относится к Блоку 3 учебного плана (Б3.О.1.01 Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы) и является завершающим этапом профессиональной подготовки обучающегося по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью». Ее прохождение базируется на материале, изученном в рамках всех дисциплин и прохождении всех практик учебного плана.

4. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ОПОП ВО ОБУЧАЮЩИМИСЯ

Планируемые результаты освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования – это универсальные и общепрофессиональные

компетенции, установленные федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации 08.06.2017 № 512, и профессиональные компетенции, сформулированные образовательной организацией на основании выбранных профессиональных стандартов, соответствующих профессиональной деятельности выпускника.

Перечень планируемых результатов освоения ОПОП ВО

Код компетенции	Содержание компетенции
<i>Универсальные компетенции (УК)</i>	
УК-1	Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач
УК -2	Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений
УК -3	Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде
УК -4	Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном (ых) языке(ах)
УК -5	Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах
УК -6	Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни
УК -7	Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности
УК -8	Способен создавать и поддерживать в повседневной жизни и в профессиональной деятельности безопасные условия жизнедеятельности для сохранения природной среды, обеспечения устойчивого развития общества, в том числе при угрозе и возникновении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов
УК-9	Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности
УК-10	Способен формировать нетерпимое отношение к проявлению экстремизма, терроризма, коррупционному поведению и противодействовать им в профессиональной деятельности
<i>Общепрофессиональные компетенции (ОПК)</i>	
ОПК-1	Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем

ОПК-2	Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах
ОПК-3	Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или)
ОПК-4	Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности
ОПК-5	Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования
ОПК-6	Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности
ОПК-7	Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности
Профессиональные компетенции (ПК)	
ПК-1	Способен применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и оффлайн коммуникаций
ПК-2	Способен реализовывать стратегию продвижения в интернете
ПК-3	Способен осуществлять редакторскую деятельность в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, стилями, технологическими требованиями разных типов СМИ и других медиа
ПК-4	Способен участвовать в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью
ПК-5	Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий

5. СТРУКТУРА И ОБЪЕМ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ИТОГОВОЙ АТТЕСТАЦИИ

Семестры: 8

Этапы подготовки и проведения государственн ой итоговой аттестации	Контактная работа (в часах)		Самостоятельная работа		Формы контроля	Результаты освоения ОПОП
	Практи ческие занятия	КСР	в часах	Виды работы		
Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы						
				Выполнение разделов ВКР,	Оформление текста,	

1. Подготовка к процедуре защиты выпускной квалификационной работы	2	8	312	оформление решения поставленной практической задачи, имеющей значение для соответствующей области профессиональной деятельности,	подготовка презентации к защите, защита ВКР. Проверка пакета документов для защиты ВКР.	УК-1; УК-2; УК-3; УК-4; УК-5; УК-6; УК-7; УК-8; ОПК-1; ОПК-2; ОПК-3; ОПК-4; ОПК-5; ОПК-6; ОПК-7; ПК-1; ПК-2; ПК-3; ПК-4; ПК-5
2. Защита выпускной квалификационной работы	2	-	-	Защита ВКР осуществляется на открытом заседании ГЭК.	Защита ВКР перед ГЭК	
Всего	4	8	312			
	324					

6. СОДЕРЖАНИЕ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ИТОГОВОЙ АТТЕСТАЦИИ

Этап 1. Определение практической задачи, разработка и защита ее решения (этапы выработки технического задания и концепции коммуникационной кампании)

Установление проблемной области, погружение в прикладную область, обследование организации (рабочих мест) заказчика, выявление потребностей заказчика и их формализация, выработка концепции решения проблемы, разработка и утверждение технического задания.

Этап 2. Описание и защита проекта коммуникационной кампании (планируемые мероприятия, предложения по решению проблемы)

Разработка проекта коммуникационной кампании, выбор средств разработки, изучение дополнительной литературы, определение структуры данных, выбор инструментов реализации проекта, технико-экономическое обоснование проектных решений, представление и защита проектного решения.

Этап 3. Разработка коммуникационной кампании (развёрнутое представление предложений)

Разработка и анализ эффективности коммуникационной кампании, изучение дополнительной литературы, анализ результатов разработки коммуникационной кампании, обсуждение результатов с руководителем ВКР.

Этап 4. Предварительная защита выпускной квалификационной работы

Разработка проектной документации, написание первого варианта текста ВКР, разработка презентации, выступление с презентацией.

Этап 5. Подготовка к защите и итоговая защита выпускной квалификационной

работы

Корректировка текста ВКР по результатам предзащиты, сбор пакета документов (отзывы от научного консультанта и руководителя, справка о внедрении и эффекте), подготовка к итоговой защите. Корректировка текста ВКР по результатам предзащиты, сбор пакета документов (отзывы от научного руководителя и консультанта, справка по системе «Антиплагиат»), подготовка к итоговой защите.

7. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА ОБУЧАЮЩИХСЯ

В ходе государственной итоговой аттестации обучающиеся выполняют самостоятельную разработку коммуникационной кампании в соответствии с установленными содержанием и сроками. Тема выпускной квалификационной работы определяется профессиональной деятельностью выпускника и формируется на его рабочем месте. В случае отсутствия такой возможности обучающийся может получить техническое задание на разработку ВКР от любого другого заказчика или непосредственно на кафедре, отвечающей за реализацию направления подготовки. Поэтапный процесс выполнения выпускной квалификационной работы предполагает выполнение большого объема самостоятельной работы, результаты которой обсуждаются во время консультаций с руководителем ВКР на кафедре, представляются и защищаются на заседании межпрофессиональной комиссии.

Самостоятельная работа обучающегося над ВКР включает в себя:

Этап 1: определение и изучение предметной области, выполнение предпроектного обследования организации, выявление проблемных мест в основных и обеспечивающих процессах, описание ситуации, требующей разработки; поиск возможного решения выявленных проблем (или поставленных заказчиком задач), сбор, анализ и обобщение техник и инструментов по выбранной теме, описание концепции разработки; подготовка технического задания на разработку коммуникационной кампании; уточнение целей и задач разработки, подготовка план-графика собственных действий по разработке коммуникационной кампании; подготовка презентационного материала для представления результатов самостоятельной работы межпрофессиональной комиссии.

Этап 2: проектирование разрабатываемой коммуникационной кампании и концептуальной модели, технико-экономическое обоснование целесообразности модели, ее сильных и уязвимых сторон; выполнение сравнительного анализа средств разработки, выбор и обоснование методов разработки, изучение дополнительной литературы по объекту и предмету выпускной квалификационной работе при необходимости; подготовка презентационного материала для представления результатов самостоятельной работы

межпрофессиональной комиссии.

Этап 3: рабочее проектирование коммуникационной кампании, разработка основной документации; определение эффекта от внедрения коммуникационной кампании в бизнес-процессы заказчика; изучение дополнительной литературы при необходимости; подготовка презентационного материала для представления результатов разработки межпрофессиональной комиссии.

Этап 4: письменное изложение и оформление пояснительной записки к выпускной квалификационной работе, представление руководителю ее первого варианта; подготовка презентационного материала для защиты выпускной квалификационной работы перед межпрофессиональной комиссией.

Этап 5: доработка первого варианта выпускной квалификационной работы с учетом замечаний руководителя и чистовое оформление пояснительной записки, подготовка текста ВКР для проверки грамотности, соблюдения требований к оформлению (нормоконтроль) и уникальности (антиплагиат); подготовка итоговой презентации и доклада для защиты ВКР на заседании государственной экзаменационной комиссии, подготовка раздаточного материала, включающего в себя в сброшюрованном виде распечатки схем, графиков, диаграмм, таблиц, рисунков.

8. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

При подготовке к государственной итоговой аттестации в форме защиты выпускной квалификационной работы обучающимися используются традиционные и интерактивные образовательные технологии. В частности, в ходе подготовки выпускной квалификационной работы организуются традиционные консультации с руководителем ВКР. Этап подготовки к процедуре защиты выпускной квалификационной работы сопровождается демонстрацией результатов работы перед межкафедральной комиссией (публичное выступление) и ответов на вопросы с последующим обсуждением результатов (дискуссия).

9. ТЕКУЩИЙ КОНТРОЛЬ УСПЕВАЕМОСТИ И ГОСУДАРСТВЕННАЯ ИТОГОВАЯ АТТЕСТАЦИЯ

9.1. Формы контроля

Текущий контроль. В соответствии с Положением о выпускной квалификационной работе прохождение текущего контроля задается утвержденным графиком работ и является основанием для допуска обучающегося к итоговой защите ВКР. К защите каждого этапа допускаются обучающиеся, выполнившие все формальные требования и представившие на

выпускающие кафедры и в учебный отдел все необходимые документы в установленные сроки.

Государственная итоговая аттестация. Процедура защиты выпускной квалификационной работы проводится на открытом заседании Государственной экзаменационной комиссии и является обязательной частью Государственной итоговой аттестации обучающихся. К процедуре защиты допускаются обучающиеся, получившие по результатам предварительной защиты ВКР положительное заключение межпрофессиональной комиссии.

Порядок проведения государственной итоговой аттестации для инвалидов и лиц с ОВЗ предусмотрен Положением о порядке проведения государственной итоговой аттестации обучающихся.

9.2. Оценочные материалы (оценочные средства) для текущего контроля и государственной итоговой аттестации

Примерный перечень тем ВКР

1. Формирование рекламных стратегий в условиях новых коммуникативных практик (на примере конкретного предприятия)
2. Управление интегрированной коммуникационной кампанией предприятия (на примере конкретного предприятия)
3. Планирование рекламных мероприятий (на примере конкретного предприятия)
4. Стратегическое планирование рекламных кампаний в Интернете (на примере конкретного предприятия)
5. Разработка BTL-кампании (на примере конкретного предприятия)
6. Разработка и реализация рекламных стратегий для предприятий сферы B2B (на примере конкретного предприятия)
7. Разработка PR-кампании для некоммерческой организации (на конкретном примере)
8. Организация специального мероприятия в рамках PR-кампании (на примере конкретного предприятия)
9. Разработка кампании в сфере инвестиционного PR (на примере конкретного предприятия)
10. Разработка программы повышения эффективности деятельности компании в сфере медиа-рилейшнз (на примере конкретного предприятия)
11. Разработка социальной рекламной кампании (на примере конкретного предприятия)
12. Разработка кампании в сфере политического PR (на конкретном примере)
13. Разработка PR-кампании в сфере внутрикорпоративных коммуникаций (на примере

конкретного предприятия)

14. Разработка программы эффективного использования технологий креативного PR (на примере конкретного предприятия)
15. Управления креативным процессом в рекламном агентстве (на примере конкретного предприятия)
16. Разработка PR кампании для образовательного учреждения (на конкретном примере)
17. Повышение эффективности PR-процессов в издательском бизнесе (на примере конкретного предприятия)
18. Построение системы внутрикорпоративных коммуникаций в международной компании (на конкретном примере)
19. Организация взаимодействий различных сфер бизнеса со СМИ (на примере конкретного предприятия)
20. PR-поддержка организации выставочных мероприятий (на конкретном примере)
21. Построение имиджа отечественного производителя на международном уровне (на примере конкретного предприятия)
22. Формирование имиджа руководителя (на примере конкретного предприятия)
23. Повышение эффективности использования инструментов событийных PR-технологий (на примере конкретного предприятия)
24. Управление выставочной деятельностью (на примере конкретного предприятия)
25. Разработка рекламной кампании с использованием Интернет-технологий (на примере конкретного предприятия)
26. Совершенствование сайта как коммуникационного ресурса (на примере конкретного предприятия)
27. Адаптация транснационального рекламного продукта на национальном рынке (на примере конкретного предприятия)
28. Разработка программы интегрированных коммуникаций с использованием социальных сетей (на примере конкретного предприятия)
29. Разработка и реализация программы продвижения исполнителя в российском музыкальном шоу-бизнесе (на примере конкретного субъекта)
30. Формирование репутации компании на основе PR-коммуникации (на примере конкретного предприятия)
31. Разработка программы лояльности для клиентов компании B2B-рынка (на конкретном примере)
32. Разработка креативной стратегии для визуализации рекламной кампании (на примере конкретного предприятия)

33. Повышение эффективности работы отдела рекламы и связей с общественностью в условиях экономического спада (на примере конкретного предприятия)
34. Формирование устойчивого позитивного образа политического лидера (на примере конкретного субъекта)
35. Формирование устойчивого позитивного образа государственной структуры (на примере конкретного субъекта)
36. Разработка стратегии рекламной деятельности (на примере конкретного предприятия)
37. Организация PR-кампаний НКО (на примере конкретной организации)
38. Разработка мультимедийного контента в Интернет-маркетинге (на примере конкретного субъекта)
39. Повышение эффективности использования инструментов Интернет-рекламы (на примере конкретного предприятия)
40. Коммуникация компании в пространстве современного права (на примере конкретного субъекта)
41. Моделирование поведения потребителей в системе рекламных коммуникаций (на примере конкретного предприятия)
42. Формирование потребительских предпочтений средствами рекламы (на примере конкретного предприятия)
43. Разработка рекламной коммуникации на основе учета кросскультурных факторов (на примере конкретного предприятия)
44. Формирование позитивного имиджа радиокompании (на примере конкретного предприятия)
45. Разработка PR-кампании на рынке консалтинговых услуг (на примере конкретного предприятия)

Перечень критериев оценки результатов защиты выпускной квалификационной работы

1. Обоснованность проблемы (задачи), корректность постановки целей и задач разработки, формулирования объекта и предмета выпускной квалификационной работы.
2. Актуальность и практическая значимость разрабатываемой коммуникационной кампании (проекта), ее соответствие современным тенденциям и технологиям в сфере рекламы и связей с общественностью.
3. Логика разработки коммуникационной кампании.
4. Качество разработки коммуникационной кампании.
5. Степень самостоятельности разработки коммуникационной кампании.

6. Качество структуры, содержания и оформления текста выпускной квалификационной работы.
7. Сформированность навыков публичной дискуссии, защиты собственных идей и предложений, общий уровень культуры общения с аудиторией.
8. Качество ответов на вопросы членов государственной экзаменационной комиссии.

Более подробно критерии оценки результатов защиты ВКР представлены в фонде оценочных средств.

10. РЕСУРСНАЯ СОСТАВЛЯЮЩАЯ

Для проведения занятий семинарского типа (практических занятий) используются компьютерные классы, оснащенные компьютерами и необходимым программным обеспечением с доступом к ресурсам электронной информационно-образовательной среды и Интернет.

Для самостоятельной работы обучающихся используется помещение для самостоятельной работы обучающихся, оснащенное компьютерами с необходимым программным обеспечением и доступом в Интернет и электронную информационно - образовательную среду вуза.

Для проведения контроля самостоятельной работы используются аудитории с медиа-оборудованием (проектор, экран, ноутбук) и учебной мебелью, а также компьютерные классы, оснащенные компьютерами и необходимым программным обеспечением с доступом к ресурсам электронной информационно-образовательной среды и Интернет.

Для проведения текущего контроля успеваемости используются аудитории с медиа-оборудованием (проектор, экран, ноутбук) и учебной мебелью.

Для проведения защиты выпускной квалификационной работы используются аудитории с медиа-оборудованием (проектор, экран, ноутбук) и учебной мебелью.

10.1 Перечень лицензионного программного обеспечения, в том числе отечественного производства.

№ п/п	Наименование	Тип ресурса
1	Microsoft Windows	Лицензионное соглашение Microsoft - Open Value Subscription для решений Education Solutions №V8265046 Сублицензионный договор АО «СофтЛайн Трейд» № /131 от 10.07.2020. Срок действия договора - бессрочный
2	Microsoft Office	
3	Microsoft Office Visio	
4	СПС КонсультантПлюс -	ЛД ООО "Консультант" дог. № 251 от 01.01.2024 с с ДС № 5, 6. Срок действия договора - бессрочный

	справочно-правовая система отечественного производства	
5	Антивирус Касперского 10 для Windows Workstations (Kaspersky Endpoint Security для бизнеса – Стандартный Russian Edition. 250- 499 Node 2 year Educational Renewal License)	Сублицензионный договор АО «СофтЛайн Трейд» №Тг000947217 от 04.12.2025 срок действия 10.02.2026 - 11.02.2028. Тип лицензии - проприетарная

10.2. Перечень свободно распространяемого программного обеспечения

1. СПС КонсультантПлюс - справочно-правовая система отечественного производства в свободном доступе в интернет;
2. 7-Zip – архиватор;
3. Google Chrome - бесплатный веб-браузер;
4. Сервисы Google – облачные сервисы.

В соответствии с Положением о создании специальных условий для инвалидов и лиц с ОВЗ информационно-технологическая база образовательного процесса предусматривает использование материально-технических средств с учетом различных нозологий инвалидов и лиц с ОВЗ.

11. ЛИТЕРАТУРА

11.1. Основная литература

№ п/п	Библиографическое описание	Тип	Количество в библиотеке
1.	Музыкант, В. Л. Брендинг : управление брендом : учеб. пособие / В. Л. Музыкант. - Москва : Инфра-М; РИОР, 2025. - 315 с. - ISBN 978-5-16-111847-4 (online). - ЭБС Знаниум. - URL: https://znanium.ru/catalog/document?id=466089	учебное пособие	ЭБС
2.	Рекламная деятельность : учебник / под ред. В. Д. Секерина. - Москва : Инфра-М, 2022. - 282 с. - ISBN 978-5-16-005684-5. - ЭБС Знаниум. - URL: https://znanium.ru/catalog/document?id=414316	учебное пособие	ЭБС
3.	Катаев, А. В. Технологии маркетинга в интернет-среде : учеб. пособ. / А. В. Катаев, И. А. Названова. - Ростов-на-Дону; Таганрог : Изд-во Южного федерального университета, 2024. - 145 с. - ISBN 978-5-9275-4644-2. - ЭБС Знаниум. - URL: https://znanium.ru/catalog/document?pid=220450	учебное пособие	ЭБС

11.2 Дополнительная литература

1. Акулич, М. В. Интернет-маркетинг : учебник / М. В. Акулич. - 2-е изд. - Москва : Дашков и К, 2021. - 347 с. - ISBN 978-5-394-04250-8. - ЭБС Знаниум. - URL: <https://znanium.ru/catalog/document?id=431493>
2. Бацун, Н. В. Менеджмент в рекламе : учеб. пособие / Н. В. Бацун. – Москва : Инфра-М, 2018. – 174 с. – ISBN 978-5-16-103951-9. - ЭБС Знаниум. - URL: <https://znanium.ru/catalog/document?pid=961744>
3. Мандель, Б. Р. PR: методы работы со средствами массовой информации : учеб. пособие / Б. Р. Мандель. - 2-е изд., испр. и доп. - Москва : Инфра-М, 2024. - 237 с. - ISBN 978-5-16-112213-6 (online). - ЭБС Знаниум. - URL: <https://znanium.ru/catalog/document?id=439471>
4. Шпаковский, В. О. Интернет-журналистика и Интернет-реклама : учеб. пособие / В. О. Шпаковский, Н. В. Розенберг, Е. С. Егорова. - 2-е изд. - Вологда : Инфра-Инженерия, 2025. - 245 с. - ISBN 978-5-9729-2608-4. - ЭБС Знаниум. - URL: <https://znanium.ru/catalog/document?id=470203>

Периодические издания:

1. Менеджмент в России и за рубежом: журнал. - УБД ИВИС. - URL: <https://eivis.ru/browse/publication/18786>.
2. Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика : научный журнал. – УБД ИВИС. – URL: <https://eivis.ru/browse/publication/9346>

11.3. Современные профессиональные базы данных, информационные справочные системы, электронные библиотечные системы:

1. Znanium: электронно-библиотечная система. – URL: <http://znanium.ru>.
2. eLIBRARY.RU: научная электронная библиотека. – URL: <https://elibrary.ru/>.
3. Цифровая библиотека IPRsmart. – URL: <https://www.iprbookshop.ru/>.
4. Консультант плюс: справочно-правовая система. – URL: T:\consultantplus\cons.exe.
5. УБД ИВИС. – URL : <https://eivis.ru/basic/details>.
6. Электронная библиотека ТАУ. – URL: <http://83.234.207.58/MarcWeb2/Default.asp>.

12. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ЗАЩИТЕ ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЫ, ВКЛЮЧАЯ ПОДГОТОВКУ К ПРОЦЕДУРЕ ЗАЩИТЫ И ПРОЦЕДУРУ ЗАЩИТЫ

Тематика выпускной квалификационной работы определяется обучающимся совместно с руководителем ВКР с учетом профиля основной профессиональной образовательной программы, практических интересов обучающегося, актуальности темы для профессиональной сферы и/или целесообразности ее реализации на конкретном предприятии (Заказчике).

Обучающемуся заранее предоставляется примерный перечень тем выпускной квалификационной работы в соответствии с квалификационной характеристикой направления подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью». Перечень тем является примерным, и обучающийся может предложить свою тему с учетом профессиональной деятельности. В этом случае необходимо обоснование целесообразности ее научного исследования и практической разработки для конкретной организации.

Выбор темы выпускной квалификационной работы оформляется заявлением обучающегося. Тема представляется на утверждение, когда установлены ее актуальность, прикладное значение, наличие условий для выполнения в намеченный срок и обеспечено должное руководство. Темы ВКР и их руководители утверждаются приказом ректора Академии.

Актуальность выпускной квалификационной работы определяет практическая задача, проблема (проблемы), противоречивые ситуации, разрешаемые в ходе ее выполнения. Для подтверждения актуальности выпускной квалификационной работы необходимо провести исследование аналогов и научных трудов по теме ВКР. Наличие задания от реального заказчика тоже является подтверждением актуальности разработки, но требует самостоятельного исследования.

Каждый этап выпускной квалификационной работы сопровождается подготовкой соответствующих документов, фиксирующих результат проделанной на данном этапе практической работы. Пакет документов по каждому этапу предоставляется на проверку руководителю ВКР одним из следующих способов: сохранение в электронной информационно-образовательной среде, отправка преподавателю на почтовый ящик. При отправке преподавателю выполненной работы по почте обучающемуся следует обеспечить личную идентификацию. Отдельные результаты выполнения выпускной квалификационной работы могут быть проверены руководителем ВКР непосредственно в аудитории.

Разработка выпускной квалификационной работы может выполняться обучающимся дома или в аудиториях Академии, специально отведенных для самостоятельной работы и

оснащенных необходимым техническим и программным обеспечением, доступом к ЭИОС и ЭБС. Для успешной разработки выпускной квалификационной работы и подготовки к государственной итоговой аттестации обучающемуся рекомендуется заранее обсудить перечень выполняемых работ (задач) с руководителем ВКР и ознакомиться с утвержденным графиком работ по выполнению и защите выпускной квалификационной работы. Этап подготовки к процедуре защиты выпускной квалификационной работы является элементом текущего контроля и оценивается межпрофессиональной комиссией. Результаты текущего контроля являются основанием для допуска обучающегося к защите выпускной квалификационной работы перед государственной экзаменационной комиссией.

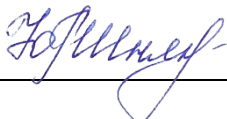
В структуру ВКР входит: титульный лист; содержание; введение; основная часть; заключение; список использованных ресурсов; приложения (при наличии). Рекомендуемый объем выпускной квалификационной работы магистра - от 60 страниц печатного текста без учета списка использованных ресурсов и приложений. Основная часть выпускной квалификационной работы обучающегося направления подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» состоит из трех глав, деление которых на подразделы зависит от темы и характера работы. Кроме текста ВКР обучающийся должен представить: отзыв руководителя выпускной квалификационной работы. Для защиты выпускной квалификационной работы обучающемуся необходимо подготовить доклад и электронную презентацию с основными результатами работы.

К защите выпускной квалификационной работы допускается обучающийся, не имеющий академической задолженности и в полном объеме освоивший образовательную программу по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», профиль «Реклама и связи с общественностью в коммерческих и некоммерческих организациях», выполнивший в полном объеме график подготовки выпускной квалификационной работы и успешно прошедший ее предварительную защиту.

13. ЛИСТ СОГЛАСОВАНИЯ

Составил:

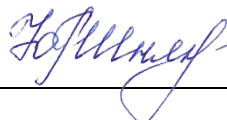
Шнякина Ю.Р., к.э.н., доцент



(подпись)

Заведующий кафедрой:

Шнякина Ю.Р., к.э.н., доцент



(подпись)

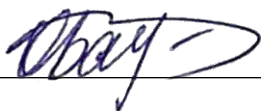
Заведующий выпускающей кафедры:

Шнякина Ю.Р., к.э.н., доцент



Директор БИК

Балакина О.В.



(подпись)

Начальник ООУП

Фирсова С.В.



(подпись)