

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ
ФЕДЕРАЦИИ
федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего
образования
"САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
АЭРОКОСМИЧЕСКОГО ПРИБОРОСТРОЕНИЯ"

Кафедра № 62

УТВЕРЖДАЮ

Руководитель образовательной программы

д.э.н., проф.

(должность, уч. степень, звание)

К.В. Лосев

(инициалы, фамилия)

(подпись)

«10» февраля 2026 г

ПРОГРАММА ГОСУДАРСТВЕННОЙ ИТОГОВОЙ АТТЕСТАЦИИ

Код направления подготовки/ специальности	42.04.01
Наименование направления подготовки/ специальности	Реклама и связи с общественностью
Наименование направленности	Реклама и связи с общественностью в креативных индустриях
Форма обучения	очная
Год приема	2026

Санкт-Петербург –2026

Лист согласования рабочей программы дисциплины

Программу составил (а)

старший преподаватель
(должность, уч. степень, звание)

 09.02.2026
(подпись, дата)

М.Б. Капелюш
(инициалы, фамилия)

Программа одобрена на заседании кафедры № 62

«10» февраля 2026 г, протокол № 7

Заведующий кафедрой № 62

д.э.н., проф.
(уч. степень, звание)

 10.02.2026
(подпись, дата)

К.В. Лосев
(инициалы, фамилия)

Заместитель декана факультета №6 по методической работе

ст. преподаватель
(должность, уч. степень, звание)

 10.02.2026
(подпись, дата)

М.Б. Капелюш
(инициалы, фамилия)

ЦЕЛИ, ЗАДАЧИ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ИТОГОВОЙ АТТЕСТАЦИИ

1.1. Целью ГИА обучающихся по направлению подготовки 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью», направленности «Реклама и связи с общественностью в креативных индустриях», является установление уровня подготовки обучающихся к выполнению профессиональных задач и соответствия его подготовки, требуемой по ОП квалификации: магистр.

1.2. Задачами ГИА являются:

1.2.1. Проверка уровня сформированности компетенций, определенных ФГОС ВО и ОП ГУАП, включающих в себя (компетенции, помеченные «*») выделены для контроля на ГЭ):

Таблица 1 – Перечень компетенций и индикаторов их достижения

Категория (группа) компетенции	Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции
Универсальные компетенции	*УК-1 Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий	УК-1.3.1 знать методы критического анализа и системного подхода; методики разработки стратегии действий для выявления и решения проблемных ситуаций УК-1.3.2 знать цифровые ресурсы, инструменты и сервисы, включая интеллектуальные, для решения задач/проблем профессиональной деятельности УК-1.У.1 уметь искать нужные источники информации; анализировать, сохранять и передавать информацию с использованием цифровых средств; вырабатывать стратегию действий для решения проблемной ситуации УК-1.В.1 владеть навыками системного и критического мышления; методиками постановки цели, определения способов ее достижения УК-1.В.2 владеть навыками использования алгоритмов и цифровых средств, предназначенных для анализа информации и данных
Универсальные компетенции	*УК-2 Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла	УК-2.3.1 знать этапы жизненного цикла проекта; виды ресурсов и ограничений для решения проектных задач; необходимые для осуществления проектной деятельности правовые нормы и принципы управления проектами УК-2.3.2 знать цифровые инструменты, предназначенные для разработки проекта/решения задачи; методы и программные средства управления проектами

		УК-2.У.1 уметь определять целевые этапы, основные направления работ; объяснять цели и формулировать задачи, связанные с подготовкой и реализацией проекта УК-2.У.2 уметь выдвигать альтернативные варианты действий с целью выработки новых оптимальных алгоритмов действий по проекту УК-2.В.1 владеть навыками управления проектом на всех этапах его жизненного цикла УК-2.В.2 владеть навыками решения профессиональных задач в условиях цифровизации общества
Универсальные компетенции	*УК-3 Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели	УК-3.З.1 знать методики формирования команды; методы эффективного руководства коллективом; основные теории лидерства и стили руководства УК-3.З.2 знать цифровые средства, предназначенные для взаимодействия с другими людьми и выполнения командной работы УК-3.У.1 уметь вырабатывать командную стратегию для достижения поставленной цели; использовать цифровые средства, предназначенные для организации командной работы УК-3.В.1 владеть навыками организации командной работы; разрешения конфликтов и противоречий при деловом общении на основе учета интересов всех сторон УК-3.В.2 владеть навыками использования цифровых средств, обеспечивающих удаленное взаимодействие членов команды
Универсальные компетенции	*УК-4 Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия	УК-4.З.1 знать правила и закономерности личной и деловой устной и письменной коммуникации; современные коммуникативные технологии на русском и иностранном(ых) языке(ах) УК-4.З.2 знать современные технологии, обеспечивающие коммуникацию и кооперацию в цифровой среде

		УК-4.У.1 уметь применять на практике технологии коммуникации и кооперации для академического и профессионального взаимодействия, в том числе в цифровой среде, для достижения поставленных целей УК-4.В.1 владеть навыками межличностного делового общения на русском и иностранном(ых) языке(ах) с применением современных технологий и цифровых средств коммуникации
Универсальные компетенции	*УК-5 Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия	УК-5.3.1 знать правила и технологии эффективного межкультурного взаимодействия УК-5.У.1 уметь взаимодействовать с представителями иных культур с соблюдением этических и межкультурных норм УК-5.В.1 владеть навыками межкультурного взаимодействия при выполнении профессиональных задач
Универсальные компетенции	*УК-6 Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки	УК-6.3.1 знать основные принципы профессионального и личностного развития с учетом особенностей цифровой экономики и требований рынка труда; способы совершенствования своей деятельности на основе самооценки и образования УК-6.У.1 уметь определять и реализовывать приоритеты совершенствования собственной деятельности на основе самооценки, в том числе с использованием цифровых средств; решать задачи собственного личностного и профессионального развития УК-6.В.1 владеть навыками решения задач самоорганизации и собственного личностного и профессионального развития на основе самооценки, самоконтроля, в том числе с использованием цифровых средств
Общепрофессиональные компетенции	*ОПК-1 Способен планировать, организовывать и	ОПК-1.3.1 знать особенности всех этапов и принципов производства медиатекстов, и (или)

	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	медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов ОПК-1.У.1 уметь управлять процессом подготовки востребованных индустрией рекламы и связей с общественностью текстов и (или) иных коммуникационных продуктов с учетом изменений норм русского (иностранного) языков и особенностей иных знаковых систем ОПК-1.В.1 владеть технологиями производства медиатекстов и основами менеджмента в индустрии рекламы и связей с общественностью
Общепрофессиональные компетенции	*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-2.3.1 знать причинно-следственные связи в проблемах взаимодействия общественных и государственных институтов ОПК-2.У.1 уметь анализировать основные тенденции развития общественных и государственных институтов и использовать результаты анализа при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов ОПК-2.В.1 владеть навыком создания коммуникационных продуктов в условиях кризиса
Общепрофессиональные компетенции	*ОПК-3 Способен анализировать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	ОПК-3.3.1 знать этапы и тенденции развития отечественного и мирового культурного процесса ОПК-3.У.1 уметь анализировать и использовать достижения отечественной и мировой культуры при подготовке текстов рекламы и связей с общественностью и (или) разработке и реализации иных коммуникационных продуктов ОПК-3.В.1 владеть навыком интерпретации опыта зарубежных и отечественных авторов при реализации коммуникационных стратегий
Общепрофессиональные компетенции	*ОПК-4 Способен анализировать потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и	ОПК-4.3.1 знать основные источники данных социологических исследований о потребностях общества и интересах отдельных аудиторных групп

	удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты	ОПК-4.У.1 уметь организовывать процесс изучения аудиторий и использовать его результаты, выявленные данные о потребностях общества и целевых групп при подготовке текстов рекламы и связей с общественностью и (или) разработке/реализации иных коммуникационных продуктов ОПК-4.В.1 владеть навыком реализации коммуникационных стратегий, связанных с выявленными потребностями общественности
Общепрофессиональные компетенции	*ОПК-5 Способен для принятия профессиональных решений анализировать актуальные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	ОПК-5.3.1 знать особенности политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях ОПК-5.У.1 уметь при принятии профессиональных решений по подготовке текстов рекламы и связей с общественностью и (или) разработке и реализации иных коммуникационных продуктов использовать выявленные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира ОПК-5.В.1 владеть навыками разработки коммуникационных продуктов в сфере креативных индустрий рекламы и связей с общественностью с учетом условий функционирования конкретной медиакоммуникационной системы, правовых и этических норм регулирования
Общепрофессиональные компетенции	*ОПК-6 Способен отбирать и внедрять в процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии	ОПК-6.3.1 знать глобальные тенденции модернизации технического оборудования, программного обеспечения и расходных материалов, необходимых для осуществления профессиональной деятельности, в том числе с использованием технологий искусственного интеллекта и информационно-коммуникационных технологий

		нового поколения ОПК-6.У.1 уметь отбирать и внедрять в профессиональную деятельность современные технологии рекламы и связей с общественностью, цифровые инструменты, технические средства и программное обеспечение, в том числе использовать технологии искусственного интеллекта и информационно-коммуникационные технологии нового поколения ОПК-6.В.1 владеть актуальными техническими инструментами и программным обеспечением при разработке коммуникационной стратегии, в том числе использовать технологии искусственного интеллекта и информационно-коммуникационные технологии нового поколения
Общепрофессиональные компетенции	*ОПК-7 Способен оценивать и прогнозировать возможные эффекты в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности	ОПК-7.3.1 знать закономерности формирования эффектов и последствий профессиональной деятельности, концепции ее социальной ответственности ОПК-7.У.1 уметь осуществлять профессиональную деятельность в сфере креативных индустрий рекламы и связей с общественностью с учетом оценки и прогнозирования возможных эффектов разрабатываемых коммуникационных решений ОПК-7.В.1 владеть навыками использования принципов социальной ответственности при разработке и реализации коммуникационного продукта
Профессиональные компетенции	*ПК-1 Способен организовать работу и руководить подразделением (предприятием) в сфере креативных индустрий рекламы и связей с общественностью	ПК-1.3.1 знать современные инструменты и методы управления организацией, в том числе методы планирования деятельности, распределения поручений, контроля исполнения, принятия решений ПК-1.У.1 уметь организовывать работу по совершенствованию внешних и внутренних коммуникаций и мероприятий по

		формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры ПК-1.У.2 уметь осуществлять мониторинг и контроль разработки и выполнения цифровой стратегии организации (региона, страны) ПК-1.В.1 владеть навыками контроля и регулировки хода выполнения проектной работы в сфере креативных индустрий рекламы и связей с общественностью
Профессиональные компетенции	*ПК-2 Способен проводить научное исследование в сфере креативных индустрий рекламы и связей с общественностью	ПК-2.3.1 знать формы и методики научных исследований ПК-2.У.1 уметь формулировать концепции научных исследований в области рекламы и связей с общественностью ПК-2.В.1 владеть навыками использования научных трудов и исследований при реализации коммуникационных стратегий
Профессиональные компетенции	*ПК-3 Способен осуществлять проектно-аналитическую деятельность с учетом специфики профессиональной сферы	ПК-3.3.1 знать аналитические методы и инструменты для целеполагания, планирования и оценки эффективности коммуникационной стратегии, коммуникационного проекта и применять их на практике ПК-3.У.1 уметь проводить анализ ситуации и разрабатывать проекты и кампании в сфере креативных индустрий рекламы и связей с общественностью ПК-3.В.1 владеть на основании знания специфики функционирования предприятий современной коммуникационной индустрии, навыком выстраивания работы подразделения/предприятия и применять технологии организации коммуникационной работы

1.2.2. Принятие решения о присвоении квалификации по результатам ГИА и выдаче документа о высшем образовании и присвоения квалификации.

2. ФОРМЫ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ИТОГОВОЙ АТТЕСТАЦИИ

ГИА проводится в форме:

- подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена(ГЭ);

- выполнение и защита выпускной квалификационной работы (ВКР).

3. ОБЪЕМ И ПРОДОЛЖИТЕЛЬНОСТЬ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ИТОГОВОЙ АТТЕСТАЦИИ

Объем и продолжительность ГИА указаны в таблице 2.

Таблица 2 – Объем и продолжительность ГИА

№ семестра	Трудоемкость ГИА (ЗЕ)	Продолжительность в неделях
4	9	6

4. ПРОГРАММА ГОСУДАРСТВЕННОГО ЭКЗАМЕНА

4.1. Программа государственного экзамена

4.1.1. Форма проведения ГЭ – *письменная, с применением средств электронного обучения и дистанционных образовательных технологий.*

4.1.2. Перечень компетенций, освоение которых оценивается на ГЭ приведен в таблице 3.1.

Таблица 3.1 – Перечень компетенций, уровень освоения которых оценивается на ГЭ

УК-1 «Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий»
Методология и организация научных исследований
Digital-тренды в стартап-предпринимательстве
Разработка и реализация коммуникационной стратегии
Производственная практика
УК-2 «Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла»
Создание цифрового продукта и продакт-менеджмент
Производственная практика
Креативное проектирование
Креативные маркетинговые коммуникации
Разработка и реализация коммуникационной стратегии
Производственная преддипломная практика
УК-3 «Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели»
Производственная практика
Медиапланирование и медиаизмерения в креативных индустриях
УК-4 «Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия»
Иностранный язык (профессиональный)
Современный русский язык
Копирайтинг
Креативная рекламная риторика
УК-5 «Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия»
Методология и организация научных исследований
Сторителлинг в рекламе и PR
Аналитика трендов
УК-6 «Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки»
Методология и организация научных исследований

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»
Производственная практика (научно-исследовательская работа)
Современный русский язык
Создание цифрового продукта и продакт-менеджмент
Технологии рекламы и связей с общественностью в креативных индустриях
Особенности иностранной лексики в креативных индустриях
Производственная преддипломная практика
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»
Производственная практика (научно-исследовательская работа)
Создание цифрового продукта и продакт-менеджмент
Производственная преддипломная практика
ОПК-3 «Способен анализировать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов»
Методология и организация научных исследований
Производственная практика (научно-исследовательская работа)
Особенности иностранной лексики в креативных индустриях
ОПК-4 «Способен анализировать потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты»
Визуальные коммуникации в креативных индустриях
Производственная преддипломная практика
ОПК-5 «Способен для принятия профессиональных решений анализировать актуальные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования»
Технологии рекламы и связей с общественностью в креативных индустриях
Особенности иностранной лексики в креативных индустриях
Производственная преддипломная практика
ОПК-6 «Способен отбирать и внедрять в процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно- коммуникационные технологии»
Визуальные коммуникации в креативных индустриях
Создание цифрового продукта и продакт-менеджмент
ОПК-7 «Способен оценивать и прогнозировать возможные эффекты в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности»
Технологии рекламы и связей с общественностью в креативных индустриях
ПК-1 «Способен организовать работу и руководить подразделением (предприятием) в сфере креативных индустрий рекламы и связей с общественностью»
Digital-тренды в стартап-предпринимательстве
Креативная рекламная риторика
Производственная практика
ПК-2 «Способен проводить научное исследование в сфере креативных индустрий рекламы и связей с общественностью»
Производственная практика (научно-исследовательская работа)
Копирайтинг
Аналитика трендов

Медиапланирование и медиаизмерения в креативных индустриях
ПК-3 «Способен осуществлять проектно-аналитическую деятельность с учетом специфики профессиональной сферы»
Визуальные коммуникации в креативных индустриях
Научный семинар
Digital-тренды в стартап-предпринимательстве
Производственная практика
Креативное проектирование
Креативные маркетинговые коммуникации
Разработка и реализация коммуникационной стратегии
Производственная преддипломная практика

4.1.3. Методические рекомендации обучающимся по подготовке к ГЭ.

При подготовке к ГЭ студенту необходимо ознакомиться с данной программой.

Начинать повторение рекомендуется за месяц-полтора до начала экзамена. Прежде чем приступить к нему, необходимо установить, какие учебные дисциплины выносятся на экзамен и календарный срок экзамена.

К государственному экзамену допускаются студенты полностью выполнившие учебный план по направлению подготовки 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью» (направленность «Реклама и связи с общественностью в креативных индустриях»).

Задачей студента в этот период является повторение, обобщение и систематизация всего материала, который изучен в течение обучения. Повторение - процесс индивидуальный; каждый студент повторяет то, что для него трудно, неясно, забыто. Поэтому, прежде чем приступить к повторению, рекомендуется сначала внимательно посмотреть программу курса, установить наиболее трудные, наименее усвоенные разделы и выписать их на отдельном листе. Подготавливая ответ по любой теме, выделите основные мысли в виде тезисов и подберите к ним в качестве доказательства главные факты и цифры. Ваш ответ должен быть кратким, содержательным, концентрированным. Запишите вопросы, которые следует задать преподавателю на консультации, которая проводится за 2 недели до ГЭ.

Не забывайте подтверждать теорию примерами из практики.

Экзамен осуществляется по билетам, в письменной форме. Билет содержит 3 вопроса, два из которых предполагают проверку знаний теоретического материала в области рекламы и связей с общественностью, третий (кейс) - проверку сформированности практических умений и навыков, направленных на решение профессиональных задач в области рекламы и связей с общественностью.

На экзамене вы получите свой билет, спокойно сядьте за стол, обдумайте вопрос, набросайте план ответа, сформулируйте основные понятия и определения.

За ответ на государственном экзамене выпускнику может быть выставлена оценка «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

4.1.4. Перечень рекомендуемой литературы, необходимой при подготовке к ГЭ приводится в разделе 7 программы ГИА.

4.1.5. Перечень вопросов для ГЭ приводится в таблицах 9–11 раздела 10 программы ГИА.

4.1.6. Методические указания по процедуре проведения ГЭ по направлению, определяемые выпускающей кафедрой (или ссылка на отдельный документ при наличии).

Государственный экзамен проводится методом письменного опроса по билетам. Билет содержит 3 вопроса, два из которых предполагают проверку знаний теоретического материала и один, связанный с проверкой практической подготовки обучающихся, в области рекламы и связей с общественностью.

Для ответа на билет экзаменуемому предоставляется 2 академических часа.

Ответы на вопросы билета формулируйте четко и лаконично.

Студенты поочередно заходят в назначенную аудиторию, называют свою фамилию, берут экзаменационный билет, и сообщают его номер секретарю ГЭК.

Секретарь экзаменационной комиссии выдает каждому студенту листы бумаги со штампом факультета для письменных ответов на вопросы.

Итоговая государственная аттестация студентов проводится в специально подготовленных и оборудованных аудиториях. Подготовку аудиторий осуществляют студенты совместно с секретарем государственной аттестационной комиссии.

Во время экзамена на столе, за которым сидит студент, могут находиться экзаменационный билет государственного экзамена, проштампованные листы для ответов на вопросы, ручка.

Во время проведения экзамена запрещается пользоваться принесенной студентом литературой, телефонами и иными техническими средствами, переговариваться с другими лицами, пересаживаться. В случае нарушений данных правил государственная экзаменационная комиссия вправе удалить студента с экзамена с последующим выставлением оценки «неудовлетворительно» за государственный экзамен.

Программа государственного экзамена доводится до сведения студентов не позднее, чем за 6 месяцев до начала итоговой государственной аттестации.

Ответы на вопросы экзаменационного билета оформляются студентами на проштампованных листах бумаги шариковой (гелевой) ручкой. Сданные ответы студента считаются окончательными. Использование карандаша для фиксирования окончательных ответов не допускается. Выход студента из аудитории во время проведения государственного экзамена не допускается. Результаты сдачи государственного экзамена объявляются через три дня после сдачи экзамена.

5. ТРЕБОВАНИЯ К ВЫПУСКНЫМ КВАЛИФИКАЦИОННЫМ РАБОТАМ И ПОРЯДКУ ИХ ВЫПОЛНЕНИЯ

5.1. Состав и содержание разделов (глав) ВКР определяемые спецификой ОП.

- 1) титульный лист*;
- 2) задание на выполнение ВКР*;
- 3) содержание;
- 4) введение;
- 5) разделы, определяемые спецификой ВКР;
- 6) заключение;
- 7) список использованных источников;
- 8) приложения (при наличии).

*данные образцы можно взять в РДО ГУАП. СМК 3.160 Положение о выпускной квалификационной работе студентов ГУАП, обучающихся по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета и программам магистратуры или на кафедре.

5.2. Дополнительные компоненты ВКР определяемые выпускающей кафедрой.

ВКР должна содержать совокупность результатов и научных положений, выдвигаемых автором для защиты, иметь внутреннее единство, свидетельствовать о способности автора ориентироваться в проблемах рекламной деятельности, самостоятельно вести научный поиск, используя теоретические знания и практические навыки, выбирать актуальную проблему для исследования, формулировать задачи исследования и определять методы их решения, проводить анализ первоисточников, анализировать и использовать научную литературу, делать обоснованные выводы, оценивать свой вклад в научную традицию и намечать перспективы дальнейших исследований.

Стиль изложения материала должен быть строго научным и фокусировать внимание читателя на сути излагаемой проблемы. Следует избегать журнализмов, газетных штампов, жаргонизмов, не используемых в академической литературе терминов и словосочетаний. В научном стиле не употребляется разговорно-просторечная лексика, за исключением тех случаев, когда она является частью прямой речи (напр., расшифрованные социологические или этнографические интервью, фрагменты выступлений политиков). Не допускается изложение материала от первого лица: "я наблюдал", "я считаю", "мне кажется", "по-моему мнению". Рекомендуется использовать формы изложения от третьего лица (например, «Автор полагает...»), предложения со страдательным залогом (например, «Разработан комплексный подход к исследованию...») или же выражения «По нашему мнению», «На наш взгляд» и пр. Не употребляются обороты «хотелось бы», «если бы», «желательно, чтобы» и т.д. Пафос в исследовательской работе исключен, как исключены и популистские обращения, политические призывы, обличения и эмоциональные оценки.

5.3. Наличие/отсутствие реферата в структуре ВКР.

Текст реферата содержит:

- актуальность темы;
- цель и задачи работы;
- объект и предмет исследования или разработки;
- теоретические основы, метод или методологию проведения работы (исследования) и необходимые технические средства;
- полученные результаты и их новизну;
- степень внедрения;
- рекомендации или итоги внедрения результатов работы;
- область применения;
- экономическую эффективность или значимость работы.

5.4. Требования к структуре иллюстративно-графического материала (презентация, плакаты, чертежи).

Выступление студентов на защите ВКР сопровождается показом презентаций с использованием мультимедийной техники.

Детальные требования к структуре презентации приводятся в Программе ГИА по соответствующей ОП ВО. Рекомендуется следующая структура:

- первый слайд должен содержать название вида ВКР (магистерская диссертация), наименование работы, ФИО автора, номер группы, ФИО научного руководителя, год;
- далее следует разместить на слайдах материал вводно–мотивационной части с указанием проблем, которым будет посвящено сообщение, уделить внимание их актуальности;
- затем следует разместить материал основной части сообщения: исходные положения; постулаты; методы исследования; средства решения проблем; анализ результатов решения проблем с изложением различных мнений экспертов и специалистов в данной области;
- в заключительной части на слайдах следует подвести итог выполненной студентом работы: практическая или научная значимость полученных результатов и собственный вклад студента.

При создании презентации рекомендуется соблюдать следующие требования к оформлению:

- все слайды должны быть выдержаны в едином стиле. Рекомендуется использовать один вид шрифта, а также одинаковый размер шрифта основного текста и заголовков;

- для смыслового выделения фрагмента текста рекомендуется использовать различные начертания текста: курсив, подчеркивание, жирный шрифт;
- следует уделять особое внимание соблюдению правил орфографии и пунктуации; презентация не должна содержать обилие текста на слайдах, текст должен легко читаться;
- рисунки, иллюстрации, диаграммы, таблицы и схемы приводятся с целью дополнения текстовой информации и передачи ее в более наглядном виде;
- нумерация рисунков, диаграмм, таблиц и схем может производиться независимо от их номеров в тексте ВКР, начиная с номера 1;
- основное содержание рисунка должно контрастно выделяться на однотонном светлом фоне, хотя возможно использование смыслового фона (изображение структур химических веществ, реакторов, технологических установок и т.д.).
- при представлении таблиц на слайдах следует учитывать, что большое количество цифровой информации тяжело в восприятии. Рекомендуется провести смысловую декомпозицию цифровых данных и разделить большую таблицу на несколько маленьких;
- на слайде, где размещаются формулы, рекомендуется помещать минимальное количество текста.

5.5. Требования к защите ВКР определяемые выпускающей кафедрой в соответствии с локальными нормативными актами ГУАП.

Структура выступления

Требования к защите ВКР, определяемые выпускающей кафедрой в соответствии с локальными нормативными актами ГУАП.

Защита ВКР проводится на заседании ГЭК (государственной экзаменационной комиссии по защите выпускных квалификационных работ). В ее состав входят высококвалифицированные преподаватели и представители компаний в области рекламы и связей с общественностью.

Председатель ГЭК – приглашенный высококвалифицированный специалист по профилю направления подготовки, занимающий руководящую должность генерального директора рекламного агентства (возможно имеющий ученую степень). Состав комиссии утверждается приказом (про)ректора вуза. На заседании могут присутствовать руководители ВКР, преподаватели кафедры, а также студенты и все заинтересованные лица. Расписание работы ГЭК утверждается не позднее, чем за месяц до начала защиты ГЭК. Выпускающей кафедрой председателю ГЭК представляются списки студентов, допущенных к защите. Задача ГЭК – выявление подготовленности студента к самостоятельной профессиональной деятельности и принятие решения о возможности выдачи выпускнику диплома магистра. Поэтому при защите студенту важно показать умение самостоятельно решать научно-практические задачи и проблемы, предлагать практические пути их решения.

В комиссию ГЭК по защите ВКР представляют:

- приказ о допуске студентов к итоговой государственной аттестации;
- протокол ГЭК по приему государственного экзамена;
- приказ об утверждении тем и руководителей ВКР;

В день защиты студент обязан предоставить на рассмотрение комиссии ГЭК:

- печатный вариант ВКР и ее электронную версию, оформленные в установленном порядке;
- отзыв научного руководителя ВКР;
- рецензия;
- отчет по проверке ВКР в системе «Антиплагиат» и обоснованное решение кафедры (в случае если процент заимствований выше порогового значения);

– другие документы согласно требованиям, установленным выпускающей кафедрой (руководителем ООП).

Заседания ГЭК по защите ВКР проводятся согласно утвержденному графику.

Председатель ГЭК в начале заседания устанавливает студентам время для устного изложения основных результатов ВКР и ответов на вопросы членов комиссии. Общая продолжительность индивидуальной защиты, как правило, не превышает 15–20 мин, в том числе 5–7 мин предоставляется студенту для доклада о содержании ВКР. Защита коллективной ВКР рассчитывается в зависимости из количества студентов, входящих в группу, но не более 10–12 мин выступления на каждого соавтора. Вопросы, которые задают члены ГЭК и присутствующие докладчику, могут относиться к теме ВКР и связанных с ней специальных учебных курсов (рекламе и маркетингу в сфере креативных индустрий, креативному проектированию и т.п.), поэтому студенту перед защитой целесообразно восстановить в памяти основное содержание специальных курсов и особенно те разделы, которые имеют прямое отношение к теме ВКР. Во время ответов на вопросы студент имеет право пользоваться текстом своей ВКР. По докладу и ответам на вопросы комиссия судит о широте кругозора выпускника, его эрудиции, умении публично выступать и аргументировано отстаивать свою точку зрения.

После ответа студента на все вопросы председатель ГЭК дает возможность научному руководителю выступить с отзывом. Далее слово предоставляется рецензенту или председатель (секретарь) ГЭК зачитывает его письменный отзыв и студенту предоставляется возможность ответить на высказанные замечания.

Выступление руководителя должно быть кратким и касаться аспектов отношения студента к выполнению работы, самостоятельности, инициативности и результатов проверки текста ВКР на объем заимствований. При отсутствии научного руководителя в момент защиты председатель (секретарь) ГЭК зачитывает его письменный отзыв.

Членам ГЭК и всем присутствующим также предоставляется возможность выступить с замечаниями, пожеланиями и оценкой заслушанной работы.

В конце защиты студенту предоставляется возможность сказать заключительное слово, в котором он также может ответить на замечания, сделанные во время выступлений членов ГЭК.

После прослушивания всех запланированных защит, члены ГЭК на закрытом заседании оценивают каждую работу. На данное заседание могут быть приглашены для участия в обсуждении руководители выпускных квалификационных работ. Результаты определяются открытым голосованием членов ГЭК.

После окончания закрытой части заседания ГЭК приглашаются все студенты, которые защищали свои ВКР в этот день, и председатель ГЭК оглашает результаты их защит, утвержденные комиссией. Во время каждой защиты ведется протокол заседания ГЭК, куда вносятся все заданные вопросы, ответы, особые мнения и решение комиссии о выдаче диплома и его типе (с отличием, без отличия). По решению ГЭК ВКР может быть рекомендована к внедрению. Протокол подписывается председателем и членами ГЭК, участвовавшими в заседании.

5.6. Методические указания по процедуре выполнения ВКР по направлению, определяемые выпускающей кафедрой в соответствии с локальными нормативными актами ГУАП (или ссылка на отдельный документ при наличии).

Выполнение магистерской диссертации осуществляется в соответствии с Учебным планом и графиком учебного процесса ГУАП.

Главное внимание при выборе темы должно быть направлено на возможность сбора практического материала по объекту исследования. Отбор конкретного объекта магистерской диссертации осуществляется одновременно с предварительной формулировкой темы, что делается с целью ее привязки к конкретной информационной базе и проблемам, подлежащим решению в работе. С этой целью в качестве объектов, в

первую очередь, выбираются организации, предприятия и учреждения, в которых студент проходит практику или в которой он работает.

Тема магистерской диссертации выбирается студентом самостоятельно в соответствии с тематикой, разработанной кафедрой, и индивидуальными интересами каждого студента. Допускается возможность предложения студентом своей темы с необходимым обоснованием целесообразности ее разработки.

Тема должна быть актуальной, соответствовать современному состоянию науки и техники, иметь практическое значение. Формулировка темы должна быть краткой, отражать суть работы, содержать указание на объект и предмет исследования.

Тема магистерской диссертации закрепляется заведующим кафедрой по заявлению студента в сроки, установленные кафедрой (3 семестр, не позднее 31 октября). Заявление составляется по установленной форме (см. приложения ГУАП РДО ГУАП. СМК 3.160).

Служебная записка от руководителя ОП, включающие списки фамилий студентов, тем выпускных квалификационных работ, фамилий научных руководителей (при наличии- консультантов) по каждой работе представляются в деканат за подписью заведующего кафедрой. В соответствии со служебной запиской деканат готовит проект приказа ректора о закреплении тем магистерских диссертаций и руководителей, и рецензентов.

В исключительных случаях, не позднее, чем за три месяца до защиты, тема ВКР может быть изменена или осуществлена замена научного руководителя; не позднее, чем за месяц – тема работы может быть откорректирована. Утверждение замены научного руководителя или изменений темы осуществляется на основании личного заявления студента, на имя заведующего кафедрой. Только после утверждения соответствующих изменений ректором можно приступить к разработке новой темы магистерской диссертации.

6. ПОРЯДОК ПОДАЧИ И РАССМОТРЕНИЯ АПЕЛЛЯЦИИ ПО РЕЗУЛЬТАТАМ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ИТОГОВОЙ АТТЕСТАЦИИ

Порядок подачи и рассмотрения апелляции по результатам ГИА осуществляется в соответствии с требованиями РДО ГУАП. СМК 2.75 Положение о проведении в ГУАП государственной итоговой аттестации по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета и программам магистратуры.

7. ПЕРЕЧЕНЬ РЕКОМЕНДУЕМЫХ ПЕЧАТНЫХ И ЭЛЕКТРОННЫХ УЧЕБНЫХ ИЗДАНИЙ ДЛЯ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ИТОГОВОЙ АТТЕСТАЦИИ

7.1. Основная литература

Перечень печатных и электронных учебных изданий, необходимых при подготовке к ГИА, приведен в таблице 4.

Таблица 4 – Перечень печатных и электронных учебных изданий

Шифр/ URL адрес	Библиографическая ссылка	Количество экземпляров в библиотеке (кроме электронных экземпляров)
URL: https://znanium.ru/catalog/product/2234130	Гамидуллаева, Л. А. Цифровой маркетинг : учебник / Л.А. Гамидуллаева, С.В. Зинченко, Е.М. Бижанова. — Москва :	

	ИНФРА-М, 2026. — 281 с.	
URL: https://znanium.ru/catalog/product/2265062 Режим доступа: по подписке.	Евстафьев, В. А. Креатив в рекламе : учебник для вузов / В. А. Евстафьев, А. Л. Абаев, М. А. Митюков. - 3-е изд. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2026. - 390 с. - ISBN 978-5-394-06319-0.	
URL: https://znanium.ru/catalog/product/2241491 Режим доступа: по подписке.	Басовский, Л. Е. Основы научных исследований : учебник / Л. Е. Басовский, Е. Н. Басовская. — Москва : ИНФРА-М, 2026. — 257 с. — (Высшее образование). — DOI 10.12737/1192099. - ISBN 978-5-16-019525-4.	
URL: https://znanium.com/catalog/product/1950235 Режим доступа: по подписке.	Коммуникационное сопровождение проектной деятельности : учебное пособие / М. А. Ильшева, И. В. Котляревская, Ю. А. Мальцева, А. Ю. Петров ; под общ. ред. И. В. Котляревской ; Министерство науки и высшего образования Российской Федерации, Уральский федеральный университет. - Екатеринбург : Изд-во Уральского ун-та, 2020. - 86 с. - ISBN 978-5-7996-3097-3.	
URL: https://znanium.ru/catalog/product/2082992 Режим доступа: по подписке.	Креативный менеджмент : учебник / А. А. Степанов, М. В. Савина, В. И. Салыгин [и др.] ; под ред. д. э. н., проф. А. А. Степанова и д. э. н., доц. М. В. Савиной. - б-е изд., перераб. и доп. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2023. - 318 с. - ISBN 978-5-394-05417-4.	
URL: https://znanium.ru/catalog/product/2235117 Режим доступа: по подписке.	Намаконов, И. М. Креативность: 31 способ заставить мозг работать : практическое руководство / И. М. Намаконов. - Москва : Альпина Паблишер, 2026. - 264 с. - (Серия «4К — навыки будущего»). - ISBN 978-5-9614-2434-8.	
URL: https://znanium.com/catalog/product/1995306 Режим доступа: по подписке.	Музыкант, В. Л. Эффективный копирайтинг в системе бренд-коммуникаций (онлайн и офлайн среда) / В.	

	Л. Музыкант, Д. С. Скарнев. - Москва : Директ-Медиа, 2019. - 273 с. - ISBN 978-5-4475-9709-2.	
URL: https://znanium.ru/catalog/product/2163996 Режим доступа: по подписке.	Чамкин, А. С. Основы коммуникологии (теория коммуникации) : учебное пособие / А.С. Чамкин. — Москва : ИНФРА-М, 2025. — 350 с. — (Высшее образование). - ISBN 978-5-16-020237-2.	
URL: https://znanium.ru/catalog/product/2213099 Режим доступа: по подписке.	Гриценко, А. П. Реальный PR без бюджета в России. Антология книг от практика : учебник / А. П. Гриценко. - Ростов-на-Дону: Издательско-полиграфический комплекс Ростовского государственного экономического университета (РИНХ), 2022. - 253 с. - ISBN 978-5-7972-2990-2.	
URL: https://znanium.ru/catalog/product/2172461 Режим доступа: по подписке.	Шпаковский, В. О. PR-дизайн и PR-продвижение : учебное пособие / В. О. Шпаковский, Е. С. Егорова. - 2-е изд. - Москва ; Вологда : Инфра-Инженерия, 2024. - 452 с. - ISBN 978-5-9729-1821-8.	
URL: https://znanium.ru/catalog/product/2247784 Режим доступа: по подписке.	PR в эпоху турбулентности : монография / В. А. Берендеев, Е. В. Вилкова, С. Ю. Волков [и др.] ; под ред. А. Н. Фортунатова. – Москва : ФЛИНТА, 2026. - 160 с. – ISBN 978-5-9765-5831-1.	
URL: https://znanium.com/catalog/product/2128195 Режим доступа: по подписке.	Инновационное управление персоналом: цифровые технологии и развитие креативности : монография / М. С. Санталов, А. В. Борщева, И. В. Соклакова, И. Л. Сурат ; под науч. ред. М. С. Санталовой : ЧОУ ВО «Академия управления и производства». - 2-е изд. -- Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2022. - 208 с. - ISBN 978-5-394-04681-0.	

8. ПЕРЕЧЕНЬ ЭЛЕКТРОННЫХ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ РЕСУРСОВ ИНФОРМАЦИОННО-ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ СЕТИ «ИНТЕРНЕТ»

Перечень электронных образовательных ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых при подготовке к ГИА, представлен в таблице 5.

Таблица 5 – Перечень электронных образовательных ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых при подготовке к ГИА

URL адрес	Наименование
https://pro.guar.ru/	Элементы электронного курса по дисциплине размещены <i>внутри ЭИОС ГУАП «Интегрированная среда обучения»</i>

9. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКАЯ БАЗА

Перечень материально-технической базы, необходимой для проведения ГИА, представлен в таблице 6.

Таблица 6 – Материально-техническая база

№ п/п	Наименование материально-технической базы	Номер аудитории (при необходимости)
1	Учебная аудитория для Государственной итоговой аттестации - укомплектована специализированной (учебной) мебелью, техническими средствами обучения.	

10. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ИТОГОВОЙ АТТЕСТАЦИИ

10.1. Средства измерения индикаторов достижения компетенций, оценочные средства для проведения ГЭ.

10.1.1. Состав оценочных средств приведен в таблице 7.

Таблица 7 – Состав средств измерения индикаторов достижения компетенций, оценочные средства для проведения ГЭ

Форма проведения ГЭ	Перечень оценочных средств
Письменная	Список вопросов к экзамену Задачи

10.1.2. Перечень компетенций, освоение которых оценивается на ГЭ, приведен в таблице 3 раздела 4 программы ГИА.

10.1.3. Описание показателей и критериев для оценки индикаторов достижения компетенций, а также шкал оценивания для ГЭ.

Описание показателей для оценки индикаторов достижения компетенций для ГЭ:

- способность последовательно, четко и логично излагать материал программы дисциплины;
- умение справляться с задачами;
- умение формулировать ответы на вопросы в рамках программы ГЭ с использованием материала научно-методической и научной литературы;
- уровень правильности обоснования принятых решений при выполнении практических задач.

Оценка уровня сформированности (освоения) компетенций осуществляется на основе таких составляющих как: знание, умение, владение навыками и/или опытом профессиональной деятельности в соответствии с требованиями ФГОС по освоению компетенций для соответствующей ОП.

Для оценки критериев уровня сформированности (освоения) компетенций

студентами при проведении ГЭ в формах «устная» и «письменная» применяется 5-балльная шкала, которая приведена в таблице 8. При проведении ГЭ с применением средств электронного обучения применяется 100-балльная шкала (таблица 8).

Таблица 8 – Шкала оценки критериев уровня сформированности компетенций

Оценка компетенции		Характеристика сформированных компетенций
5-балльная шкала	100-балльная шкала	
«отлично»	$85 \leq K \leq 100$	– студент глубоко и всесторонне усвоил учебный материал образовательной программы (ОП); – уверенно, логично, последовательно и грамотно его излагает; – опираясь на знания основной и дополнительной литературы, тесно увязывает усвоенные научные положения с практической деятельностью направления; – умело обосновывает и аргументирует выдвигаемые им идеи; – делает выводы и обобщения; – свободно владеет системой специализированных понятий.
«хорошо»	$70 \leq K \leq 84$	– студент твердо усвоил учебный материал образовательной программы, грамотно и по существу излагает его, опираясь на знания основной литературы; – не допускает существенных неточностей; – увязывает усвоенные знания с практической деятельностью направления; – аргументирует научные положения; – делает выводы и обобщения; – владеет системой специализированных понятий.
«удовлетворительно»	$55 \leq K \leq 69$	– студент усвоил только основной учебный материал образовательной программы, по существу излагает его, опираясь на знания только основной литературы; – допускает несущественные ошибки и неточности; – испытывает затруднения в практическом применении знаний направления; – слабо аргументирует научные положения; – затрудняется в формулировании выводов и обобщений; – частично владеет системой специализированных понятий.
«неудовлетворительно»	$K \leq 54$	– студент не усвоил значительной части учебного материала образовательной программы; – допускает существенные ошибки и неточности при рассмотрении проблем в конкретном направлении; – испытывает трудности в практическом применении знаний; – не может аргументировать научные положения; – не формулирует выводов и обобщений.

10.1.4. Типовые контрольные задания или иные материалы

Список вопросов и/или задач для проведения ГЭ в письменной форме, представлены в таблицах 9–10. Тесты для ГЭ, проводимого с применением средств электронного обучения, представлены в таблице 11.

Таблица 9 – Список вопросов для ГЭ, проводимого в письменной форме

№ п/п	Список вопросов для ГЭ, проводимого в письменной форме	Компетенции
1	1. Охарактеризуйте методы критического анализа и	УК-1

	системного подхода при выработке стратегии действий в проблемных ситуациях. 2. Перечислите цифровые ресурсы и интеллектуальные инструменты, используемые для анализа информации и принятия решений в профессиональной деятельности. 3. Опишите алгоритм постановки цели и определения способов её достижения в рамках системного и критического мышления.	
2	1. Назовите этапы жизненного цикла проекта и виды ресурсов, необходимых для его реализации. 2. Какие цифровые инструменты и программные средства управления проектами применяются в сфере рекламы и связей с общественностью? 3. Объясните, как формулируются задачи и определяются целевые этапы при подготовке и реализации проекта.	УК-2
3	1. Охарактеризуйте основные методики формирования команды и эффективного руководства коллективом. 2. Какие цифровые средства обеспечивают организацию командной работы и удалённое взаимодействие членов команды? 3. Опишите способы разрешения конфликтов и противоречий при деловом общении на основе учёта интересов всех сторон.	УК-3
4	1. Раскройте правила и закономерности личной и деловой устной и письменной коммуникации на русском и иностранном языках. 2. Перечислите современные коммуникативные технологии, обеспечивающие кооперацию в цифровой среде. 3. Каковы особенности применения современных технологий и цифровых средств для межличностного делового общения?	УК-4
5	1. Охарактеризуйте правила и технологии эффективного межкультурного взаимодействия в профессиональной среде. 2. Какие этические и межкультурные нормы необходимо соблюдать при взаимодействии с представителями иных культур?	УК-5
6	1. Опишите основные принципы профессионального и личностного развития с учётом требований цифровой экономики и рынка труда. 2. Какие способы совершенствования деятельности на основе самооценки и самоконтроля существуют в современной практике? 3. Назовите цифровые средства, которые могут использоваться для определения и реализации приоритетов собственного развития.	УК-6
7	1. Опишите этапы и принципы производства медиатекстов, медиапродуктов и коммуникационных продуктов. 2. Как учитываются изменения норм русского и иностранного языков, а также особенности знаковых систем при создании коммуникационных продуктов? 3. Раскройте содержание технологий производства медиатекстов и основ менеджмента в индустрии рекламы и	ОПК-1

	связей с общественностью.	
8	1. Охарактеризуйте причинно-следственные связи в проблемах взаимодействия общественных и государственных институтов. 2. Какие основные тенденции развития общественных и государственных институтов необходимо анализировать для освещения в медиатекстах? 3. Опишите специфику создания коммуникационных продуктов в условиях кризиса.	ОПК-2
9	1. Назовите этапы и тенденции развития отечественного и мирового культурного процесса, значимые для создания медиатекстов. 2. Как интерпретируется опыт зарубежных и отечественных авторов при реализации коммуникационных стратегий? 3. Какие достижения культуры наиболее востребованы при разработке коммуникационных продуктов в креативных индустриях?	ОПК-3
10	1. Перечислите основные источники данных социологических исследований о потребностях общества и интересах аудиторных групп. 2. Опишите процесс организации изучения аудиторий и использования его результатов для прогнозирования спроса на медиапродукты. 3. Какие коммуникационные стратегии применяются для удовлетворения выявленных потребностей общественности?	ОПК-4
11	1. Охарактеризуйте политические, экономические, правовые и этические факторы, регулирующие развитие медиакоммуникационных систем. 2. Как учитываются актуальные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира при принятии профессиональных решений? 3. Раскройте особенности разработки коммуникационных продуктов в креативных индустриях с учётом правовых и этических норм.	ОПК-5
12	1. Перечислите современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии, применяемые в медиапроизводстве. 2. Какие технологии искусственного интеллекта и ИКТ нового поколения используются в рекламе и связях с общественностью? 3. Опишите порядок отбора и внедрения цифровых инструментов и программного обеспечения в профессиональную деятельность.	ОПК-6
13	1. Раскройте закономерности формирования эффектов и последствий профессиональной деятельности в медиасфере. 2. Каковы принципы социальной ответственности в разработке и реализации коммуникационных продуктов? 3. Охарактеризуйте подходы к оценке и прогнозированию возможных эффектов разрабатываемых коммуникационных решений.	ОПК-7
14	1. Опишите современные инструменты и методы	ПК-1

	управления организацией в сфере креативных индустрий (планирование, распределение поручений, контроль исполнения). 2. Каковы направления работы по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры в рекламном бизнесе? 3. Как осуществляется мониторинг и контроль разработки цифровой стратегии организации (региона, страны)?	
15	1. Назовите формы и методики проведения научных исследований в сфере креативных индустрий рекламы и связей с общественностью. 2. Как формулируются концепции научных исследований в области рекламы и связей с общественностью? 3. Охарактеризуйте способы использования научных трудов и исследований при реализации коммуникационных стратегий.	ПК-2
16	1. Перечислите аналитические методы и инструменты для целеполагания, планирования и оценки эффективности коммуникационных стратегий. 2. Опишите этапы анализа ситуации и разработки проектов и кампаний в сфере креативных индустрий. 3. Раскройте специфику функционирования предприятий современной коммуникационной индустрии и принципы выстраивания работы подразделения.	ПК-3

Таблица 10 – Перечень задач для ГЭ, проводимого в письменной форме

№ п/п	Перечень задач для ГЭ, проводимого в письменной форме	Компетенции
1	Опишите алгоритм разработки и внедрения цифровой стратегии организации в сфере креативных индустрий. Какие этапы мониторинга и контроля выполнения стратегии вы можете выделить?	ПК-1
2	Раскройте содержание работы по совершенствованию внешних и внутренних коммуникаций предприятия. Какие мероприятия способствуют формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры в рекламном агентстве?	ПК-1
3	Каковы основные методы планирования деятельности, распределения поручений и контроля исполнения в подразделении (предприятии) креативных индустрий? Приведите примеры управленческих решений.	ПК-1
4	Предложите нестандартные методы мотивации и стимулирования креативности сотрудников в рекламном агентстве. Опишите, как можно организовать внутренние коммуникации и корпоративную среду для генерации инновационных идей.	ПК-1
5	Разработайте концепцию «цифрового офиса» для удалённой команды в сфере креативных индустрий. Какие цифровые инструменты и платформы вы предложите для совместного творчества, управления проектами и поддержания командного духа?	ПК-1
6	Охарактеризуйте формы и методики проведения научных	ПК-2

	исследований в сфере рекламы и связей с общественностью. Какие этапы включает научное исследование и как они соотносятся с коммуникационными задачами?	
7	Как формулируется концепция научного исследования в области креативных индустрий? Опишите процесс выбора объекта, предмета, цели и задач исследования на примере конкретной темы.	ПК-2
8	Раскройте способы использования результатов научных трудов и исследований при разработке и реализации коммуникационных стратегий. Приведите примеры интеграции академических данных в практическую деятельность.	ПК-2
9	Какие новые подходы к проведению научных исследований в области рекламы и связей с общественностью вы можете предложить с учётом возможностей искусственного интеллекта и анализа больших данных? Опишите дизайн такого исследования (цель, гипотезы, методы, ожидаемые результаты).	ПК-2
10	Предложите оригинальную методику изучения ценностных ориентаций и глубинных мотивов целевой аудитории для бренда, работающего в креативной индустрии (например, в сфере моды, дизайна или современного искусства). В чём будет её новизна?	ПК-2
11	Перечислите аналитические методы и инструменты, применяемые для целеполагания, планирования и оценки эффективности коммуникационной стратегии. В чём разница между оценкой эффективности на разных этапах проекта?	ПК-3
12	Опишите последовательность анализа ситуации и разработки коммуникационной кампании в сфере креативных индустрий. Какие факторы внешней и внутренней среды необходимо учитывать на каждом этапе?	ПК-3
13	Раскройте специфику функционирования предприятий современной коммуникационной индустрии. Каковы принципы выстраивания работы подразделения и применения технологий организации коммуникационной деятельности?	ПК-3
14	Разработайте креативную стратегию запуска нового продукта в социальных сетях с использованием технологий дополненной реальности (AR) и пользовательского контента (UGC). Опишите основные этапы, ключевые сообщения и механики вовлечения аудитории.	ПК-3
15	Предложите нетрадиционные способы оценки эффективности коммуникационной кампании, основанные не только на количественных показателях (охват, клики), но и на анализе эмоционального отклика, смыслового резонанса и долгосрочного влияния на бренд. Какие метрики и инструменты вы бы использовали?	ПК-3

Таблица 11 – Тесты для ГЭ, проводимого с применением средств электронного обучения

№ п/п	Тесты для ГЭ, проводимого с применением средств электронного обучения	Компетенции
	Не предусмотрено	

10.2. Средства измерения индикаторов достижения компетенций для оценки защиты ВКР.

10.2.1. Описание показателей и критериев для оценки индикаторов достижения компетенций, а также шкал оценивания для ВКР и ее защиты.

Описание показателей для оценки индикаторов достижения компетенций для ВКР и ее защиты:

- актуальность темы ВКР;
- научная обоснованность предложений и выводов;
- использование производственной информации и методов решения инженерно-технических, организационно-управленческих и экономических задач;
- теоретическая и практическая значимость результатов работы и/или исследования;
- полнота и всестороннее раскрытие темы ВКР;
- соответствие результатов работы и/или исследования, поставленной цели и задачам в ВКР;
- соответствие оформления ВКР установленным требованиям;
- умение четко и ясно изложить содержание ВКР;
- умение обосновать и отстаивать принятые решения;
- умение отвечать на поставленные вопросы;
- знание передового отечественного и зарубежного опыта;
- уровень самостоятельности выполнения работы и обоснованность объема цитирования;
- другое (уровень экономического обоснования, знание законодательных и нормативных документов, методических материалов по вопросам, касающимся конкретного направления).

Оценка уровня сформированности (освоения) компетенций осуществляется на основе таких составляющих как: знание, умение, владение навыками и/или опытом профессиональной деятельности в соответствии с требованиями ФГОС по освоению компетенций для соответствующей ОП.

В качестве критериев оценки уровня сформированности (освоения) у студента компетенций применяется 5-балльная шкала, представленная в таблице 12.

Таблица 12 –Критерии оценки уровня сформированности компетенций

Оценка компетенции	Характеристика сформированных компетенций
5-балльная шкала	
«отлично»	– студент глубоко и всесторонне усвоил учебный материал ОП, уверенно, логично, последовательно и грамотно его излагает; – опираясь на знания основной и дополнительной литературы, студент свободно увязывает усвоенные научные положения к практической деятельности, обосновывая выдвинутые предложения; – студент умело обосновывает и аргументирует выбор темы ВКР и выдвигаемые им идеи; – студент аргументированно делает выводы; – прослеживается четкая корреляционная зависимость между поставленными целью и задачами и полученными результатами работы и/или исследования; – студент свободно владеет системой специализированных понятий; – содержание доклада, иллюстративно–графического материала (при наличии) студента полностью соответствует содержанию ВКР;

Оценка компетенции 5-балльная шкала	Характеристика сформированных компетенций
	– студент соблюдает требования к оформлению ВКР и иллюстративно–графического материала (при наличии); – студент четко выделяет основные результаты своей профессиональной деятельности и обосновывает их теоретическую и практическую значимость; – студент строго придерживается регламента выступления; – студент ясно и аргументировано излагает материалы доклада; – присутствует четкость в ответах студента на поставленные членами государственной экзаменационной комиссии (ГЭК) вопросы; – студент точно и грамотно использует профессиональную терминологию при защите ВКР.
«хорошо»	– студент всесторонне усвоил учебный материал ОП, логично, последовательно и грамотно его излагает; – опираясь на знания основной и дополнительной литературы, студент привязывает усвоенные научные положения к практической деятельности, обосновывая выдвинутые предложения; – студент грамотно обосновывает выбор темы ВКР и выдвигаемые им идеи; – студент обоснованно делает выводы; – прослеживается зависимость между поставленными целью и задачами и полученными результатами работы и/или исследования; – студент владеет системой специализированных понятий; – содержание доклада и иллюстративно–графического материала(при наличии) студента соответствует содержанию ВКР; – студент соблюдает требования к оформлению ВКР и иллюстративно–графического материала(при наличии); – студент выделяет основные результаты своей профессиональной деятельности и обосновывает их теоретическую и практическую значимость; – студент придерживается регламента выступления; – студент ясно излагает материалы доклада; – присутствует логика в ответах студента на поставленные членами ГЭК вопросы; – студент грамотно использует профессиональную терминологию при защите ВКР.
«удовлетворительно»	– студент слабо усвоил учебный материал ОП, при его изложении допускает неточности; – опираясь на знания только основной литературы, студент привязывает научные положения к практической деятельности направления, выдвигая предложения; – студент слабо и не уверенно обосновывает выбор темы ВКР и выдвигаемые им идеи; – студент неаргументированно делает выводы и заключения; – не прослеживается зависимость между поставленными целью и задачами и полученными результатами работы и/или исследования;

Оценка компетенции	Характеристика сформированных компетенций
5-балльная шкала	
	– студент плохо владеет системой специализированных понятий; – содержание доклада и иллюстративно–графического материала (при наличии) студента не полностью соответствует содержанию ВКР; – студент допускает ошибки при оформлении ВКР и иллюстративно–графического материала (при наличии); – студент слабо выделяет основные результаты своей профессиональной деятельности и не обосновывает их теоретическую и практическую значимость; – студент отступает от регламента выступления; – студент сбивчиво и неуверенно излагает материалы доклада; – отсутствует логика в ответах студента на поставленные членами ГЭК вопросы; – студент неточно использует профессиональную терминологию при защите ВКР.
«неудовлетворительно»*	– студент не усвоил учебный материал ОП, при его изложении допускает неточности; – допускает существенные ошибки и неточности при рассмотрении проблем в конкретном направлении; – студент не может обосновать выбор темы ВКР; – студент не может сформулировать выводы; – слабая зависимость между поставленными целью и задачами и полученными результатами работы и/или исследования; – студент не владеет системой специализированных понятий; – содержание доклада и иллюстративно–графического материала (при наличии) студента не полностью соответствует содержанию ВКР; – студент не соблюдает требования к оформлению ВКР и иллюстративно–графического (при наличии) материала; – студент не выделяет основные результаты своей профессиональной деятельности и не может обосновать их теоретическую и практическую значимость; – студент не соблюдает регламент выступления; – отсутствует аргументированность при изложении материалов доклада; – отсутствует ясность в ответах студента на поставленные членами ГЭК вопросы; – студент неграмотно использует профессиональную терминологию при защите ВКР; – содержание ВКР не соответствует установленному уровню оригинальности.

* *Примечание: оценка неудовлетворительно ставится, если ВКР и ее защита не удовлетворяют большинству перечисленных в таблице 12 критериев.*

10.2.2. Перечень тем ВКР

Перечень тем ВКР на текущий учебный год, предлагаемый студентам, приводится в Приложении № 1.

10.2.3. Уровень оригинальности содержания ВКР должен составлять не менее «65» %.

10.3. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания результатов освоения ОП.

В качестве методических материалов, определяющих процедуру оценивания результатов освоения ОП, используются:

- РДО ГУАП. СМК 2.75 Положение о проведении в ГУАП государственной итоговой аттестации по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета и программам магистратуры»;

- РДО ГУАП. СМК 2.76 Положение о порядке разработки, оформления и утверждения программы государственной итоговой аттестации по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета и программам магистратуры»;

- РДО ГУАП. СМК 3.160 Положение о выпускной квалификационной работе студентов ГУАП, обучающихся по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета и программам магистратуры»;

- а также методические материалы выпускающей кафедры, определяющие процедуру оценивания результатов освоения ОП, не противоречащих локальным нормативным актам ГУАП.

Приложение № 1

Перечень тем ВКР, предлагаемый студентам

1. Управление и организация в креативных индустриях

1. Разработка стратегии управления рекламным агентством в условиях цифровой трансформации.
2. Организация работы и управление креативным «hot-shop» (бутик-агентством) в сфере рекламы и PR.
3. Совершенствование внутренних коммуникаций как фактор повышения эффективности креативной команды.
4. Формирование корпоративной идентичности и культуры в компании креативных индустрий.
5. Управление проектами в сфере креативных индустрий: от идеи до реализации.
6. Разработка и внедрение цифровой стратегии организации в креативной индустрии.
7. Построение системы мониторинга и контроля исполнения проектов в рекламном агентстве.
8. Управление изменениями в компании при переходе на новые цифровые бизнес-модели.
9. Организация работы с клиентами в международном рекламном агентстве.
10. Разработка бизнес-плана для создания рекламной структуры в сфере креативных индустрий.

2. Научные исследования в сфере рекламы и PR

11. Методология проведения научных исследований эффективности рекламных кампаний в креативных индустриях.
12. Анализ современных трендов в рекламе и связях с общественностью на основе данных научных исследований.
13. Исследование влияния цифровых технологий на трансформацию креативных стратегий в PR.
14. Формулирование концепции научного исследования в области брендинга креативных проектов.
15. Применение методов социологических исследований для изучения аудитории креативных индустрий.
16. Аналитика трендов как инструмент научного обоснования коммуникационных стратегий.
17. Исследование особенностей восприятия рекламы в различных сегментах креативной экономики.
18. Научный подход к оценке эффективности инфлюенс-маркетинга в продвижении творческих проектов.
19. Исследование роли креативных индустрий в формировании городского пространства (на примере городов России).
20. Сравнительный анализ зарубежных и отечественных подходов к управлению креативными проектами.

3. Проектно-аналитическая деятельность в креативных индустриях

21. Разработка и реализация интегрированной коммуникационной стратегии для бренда в сфере креативных индустрий.
22. Проектирование и запуск рекламной кампании для продукта креативной индустрии (на примере...).
23. Создание и продвижение цифрового продукта в креативной сфере: от концепции до рынка.
24. Разработка и оценка эффективности PR-кампании для учреждения культуры (музей, театр, галерея).

25. Анализ ситуации и стратегическое планирование коммуникационного проекта в сфере креативных индустрий.
26. Креативное проектирование и реализация ивент-стратегии для продвижения бренда.
27. Разработка коммуникационной стратегии продвижения специалиста креативных индустрий (на примере...).
28. Применение технологий искусственного интеллекта в проектировании рекламных коммуникаций.
29. Проектный подход к созданию и продвижению контента в социальных сетях для креативного бизнеса.
30. Разработка медиаплана и проведение медиаизмерений для коммуникационной кампании в креативной индустрии.
31. Сторителлинг как инструмент проектирования коммуникаций в рекламе и PR.
32. Создание и продвижение бренда территории через креативные индустрии и арт-коммуникации.
33. Разработка стратегии продвижения стартапа в сфере креативных индустрий с использованием digital-инструментов.
34. Интеграция рекламных и PR-технологий при продвижении торговой марки в креативной экономике.
35. Проектирование системы коммуникаций для социально-значимых проектов в сфере креативных индустрий.

Приложение № 2

Рецензия на программу государственной итоговой аттестации по направлению подготовки
42.04.01 «Реклама и связи с общественностью» от работодателя

Общество с ограниченной ответственностью «КлинСервис Плюс»

199178, г.Санкт-Петербург, Кожевенная линия, дом 34, литер А, пом. №901 ИНН: 7801353522 КПП:
780101001 ОГРН: 1187847106149 E-mail: ooocleanserviceplus@yandex.ru

**Рецензия на программу государственной итоговой аттестации по
направлению подготовки 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью»
от работодателя**

Представленная на рецензию программа государственной итоговой аттестации по направлению подготовки 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью» (магистратура) является составной частью образовательной программы, реализуемой Санкт-Петербургским государственным университетом аэрокосмического приборостроения (далее ГУАП) по данному направлению. Образовательная программа имеет направленность «Реклама и связи с общественностью в креативных индустриях» и ориентирована на получение выпускниками углублённых компетенций, обеспечивающих их профессиональную деятельность в сфере медиа, дизайна, брендинга, культурных проектов, цифрового искусства и других креативных секторов экономики.

Программа ГИА включает:

- методические рекомендации обучающимся по подготовке к ГЭ;
- методические указания по процедуре проведения ГЭ по направлению 42.04.01;
- перечень тем ВКР.

Модули, включённые в Программу государственного экзамена, имеют непосредственную связь с профессиональной деятельностью выпускника. Экзаменационные материалы (оценочные средства для проведения государственного экзамена) имеют практико-ориентированный и исследовательский характер, позволяют оценить готовность магистрантов к решению профессиональных задач, связанных с разработкой и реализацией коммуникационных стратегий в креативных индустриях, управлением репутацией творческих проектов, продвижением культурных продуктов и применением современных медиатехнологий.

В программе ГИА представлены требования:

- требования к выпускной квалификационной работе и порядок ее выполнения;
- показатели и критерии для оценки компетенций и шкалы оценивания для ВКР и ее защиты;
- показатели и критерии для оценки компетенций и шкалы оценивания на ГЭ.

Следует признать удачным проведение ГЭ в письменной форме, что позволяет охватить более широкий круг вопросов профессиональной деятельности и повысить объективность оценивания знаний выпускников. Описание показателей и критериев для оценки компетенций, а также шкалы оценивания для ГЭ и перечень критериев оценки уровня сформированности компетенций для ВКР и ее защиты достаточно полные, многие задачи направлены на выявление творческих и аналитических способностей студентов. Требования к ВКР обоснованы и направлены на формирование опыта профессиональной деятельности в разных сферах современной социальной, политической и коммерческой деятельности, а также в сегменте креативных индустрий, что особенно актуально для магистерского уровня подготовки.

Программа ГИА по направлению подготовки 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью» и направленности «Реклама и связи с общественностью в креативных индустриях» соответствует требованиям образовательной программы ФГАОУ ВО СПб ГУАП по данному направлению. Процедура проведения ГИА, представленная в Программе, позволяет объективно оценивать качество подготовки выпускников по данной направленности.

Рецензент



Генеральный директор
ООО «КлинСервис Плюс»
Д.В. Панкратов

Лист внесения изменений в программу ГИА

Дата внесения изменений и дополнений. Подпись внесшего изменения	Содержание изменений и дополнений	Дата и № протокола заседания кафедры	Подпись зав. кафедрой