

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образова-
ния «Балтийский федеральный университет имени Иммануила Канта»
ОНК «Институт образования и гуманитарных наук»
Высшая школа коммуникаций и креативных индустрий**

ПРОГРАММА

ГОСУДАРСТВЕННОЙ ИТОГОВОЙ АТТЕСТАЦИИ
Период обучения по образовательной программе 2026-2028

Шифр: 42.04.01
Направление подготовки: Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль) образовательной программы
«Управление коммуникациями в политике и бизнесе»

Квалификация выпускника: менеджер по рекламе и связям с общественностью

Лист согласования

Составитель: Кандидат филологических наук, доцент, Сивкова А.В., доцент Струкова Е.М.

Программа государственной итоговой аттестации одобрена Ученым советом ОНК «Институт образования и гуманитарных наук»

Протокол № 5 от «04» марта 2026 г.

Председатель Ученого совета
ОНК «Институт образования и гуманитарных наук»

А.О. Бударина

Руководитель образовательных программ
Высшей школы коммуникаций и креативных индустрий

Е.М. Струкова

1. Цели и задачи государственной итоговой аттестации

Целью проведения государственной итоговой аттестации (ГИА) является установление уровня подготовленности выпускника к защите выпускной квалификационной работы, а также выполнению профессиональных задач и соответствия его подготовки требованиям самостоятельно установленного образовательного стандарта высшего образования программ магистратуры (СУОС ВО) по направлению подготовки специализированного высшего образования 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью» (направленность (профиль) образовательной программы «Управление коммуникациями в политике и бизнесе»). Государственная итоговая аттестация проводится государственными экзаменационными комиссиями (ГЭК).

К государственной итоговой аттестации допускается обучающийся, не имеющий академической задолженности и в полном объеме выполнивший учебный план или индивидуальный план по своей образовательной программе.

Задачами государственной итоговой аттестации являются:

- оценка способности самостоятельно решать на современном уровне задачи из области своей профессиональной деятельности, профессионально излагать специальную информацию, правильно аргументировать и защищать свою точку зрения;
- решение вопроса о присвоении выпускнику квалификации «Менеджер по рекламе и связям с общественностью» по результатам ГИА и выдаче выпускнику документа (диплома) о высшем образовании;
- разработка рекомендаций по совершенствованию подготовки выпускников по данному направлению подготовки на основании результатов работы государственной экзаменационной комиссии.

2. Компетенции, выносимые на подготовку к государственной итоговой аттестации

В ходе подготовки к ГИА обучающийся должен продемонстрировать сформированность следующих компетенций.

2.1. Универсальные компетенции (УК):

УК-1. Способен к формированию и изменению собственных жизненно-образовательных маршрутов в профессиональных сообществах с учётом приоритетов собственной деятельности и национального развития.

2.2. Общепрофессиональные компетенции (ОПК):

ОПК-1. Способен планировать, организовывать и координировать процесс создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, отслеживать и учитывать изменение норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем.

ОПК-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-3. Способен анализировать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов.

ОПК-4. Способен анализировать потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты.

ОПК-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-6. Способен отбирать и внедрять в процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии.

ОПК-7. Способен оценивать и прогнозировать возможные эффекты в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности.

2.3. Профессиональные компетенции (ПК/ПКС):

ПК-1 Способен осуществлять авторскую и редакторскую деятельность по созданию текста рекламы и связей с общественностью и (или) иного коммуникационного продукта любого уровня сложности с учетом специфики коммуникационных задач и имеющегося мирового и отечественного опыта.

ПК-2 Способен участвовать в выстраивании политического взаимодействия между общественностью, средствами массовой информации и органами государственной власти, политическими организациями и бизнес-структурами.

ПК-3 Способен применять технологии создания бренда, управления массовыми коммуникациями, а также выстраивать и налаживать взаимоотношения с органами государственной власти, внедрять планы стратегических коммуникаций для формирования имиджа и репутации организации/личности, выстраивать отношения между обществом, властью, бизнесом.

ПК-4 Способен руководить проектно-аналитической деятельностью с учетом специфики профессиональной сферы и осуществлять исследовательскую деятельность в сфере рекламы и связей с общественностью.

ПК-5. Способен разрабатывать концепции авторских медиапроектов и осуществлять стратегическое планирование медиакампаний.

ПК-6 Способен осуществлять контроль реализации концепций медиапроектов и проводить анализ результатов деятельности авторских коллективов.

3. Объем, структура и содержание государственной итоговой аттестации

3.1. Государственная итоговая аттестация проводится в форме защиты выпускной квалификационной работы (ВКР).

Государственная итоговая аттестация включает:

- подготовку и защиту выпускной квалификационной работы.

3.2. Выпускная квалификационная работа

Выпускная квалификационная работа (ВКР) представляет собой работу, демонстрирующую уровень подготовленности выпускника к самостоятельной профессиональной деятельности.

Требования к содержанию, объему и структуре ВКР, порядок выполнения и методические рекомендации по ее выполнению устанавливаются высшей школой.

Тексты ВКР проверяются на объем заимствования и размещаются на соответствующих ресурсах. Порядок проверки ВКР на объем заимствования, в том числе содержательного, выявления неправомерных заимствований и размещения текстов ВКР регламентируются локальными актами университета.

При защите ВКР выпускники должны, опираясь на полученные знания, умения и навыки, показать способность самостоятельно решать задачи профессиональной деятельности, излагать информацию, аргументировать и защищать свою точку зрения.

3.2.1. Перечень тем выпускных квалификационных работ

Определяется в установленном порядке.

Примеры тем выпускных квалификационных работ:

1. Внутренний пиар российской бизнес-корпорации (на конкретном примере).
2. Информационно-коммуникативные технологии региональной власти и местного самоуправления в Российской Федерации.
3. Проблема освещения в СМИ социальной ответственности бизнеса в современной России.

4. Продвижение ценностных ориентаций и политических потребностей в различных группах российского общества.
5. Информационно-коммуникативные технологии российских неправительственных организаций.
6. Самопрезентация политической партии (по выбору): анализ программных документов и публичной риторики.
7. Информационные стратегии в политическом конфликте: оценка эффективности/неэффективности на примере международного или внутривостранового конфликта (указать какого).
8. Блогосфера как инструмент политической мобилизации.
9. Влияние избирательных технологий на результаты выборов в России.
10. Роль новых информационно-коммуникативных технологий в трансформации современных государств.
11. Государственная информационная политика России: проблемы и перспективы.
12. Образ харизматического лидера в мировой политике и российской истории: сравнительный анализ.
13. Проблемы моделирования территориального бренда (на примере конкретной территории).
14. Образ политического лидера (указать какого...) в средствах массовой коммуникации.

3.2.2. Критерии оценивания выпускной квалификационной работы

ГЭК на закрытом заседании обсуждает ВКР и ее защиту, принимает решение по оценке выпускной работы простым большинством голосов от числа лиц, входящих в состав комиссии и участвующих в заседании. При равном количестве голосов председатель комиссии обладает правом решающего голоса. Результаты защиты ВКР объявляются в день ее проведения.

Основными качественными показателями оценивания ВКР являются:

- актуальность и обоснование выбора темы ВКР;
- логика работы, соответствия содержания ВКР и её темы;
- степень самостоятельности;
- достоверность и обоснованность выводов;
- качество оформления ВКР, четкость и грамотность изложения материала;
- качество доклада, наглядных материалов (презентации), умение вести полемику по теоретическим и практическим вопросам, глубина и правильность ответов на вопросы членов ГЭК и замечания рецензентов;
- список использованных источников, достаточность использования отечественной и зарубежной литературы;
- возможность внедрения.

Дополнительные показатели оценивания ВКР могут быть установлены высшей школой.

Оценка «отлично» выставляется при максимальной оценке всех вышеизложенных параметров.

Оценка «хорошо» выставляется за погрешности в каком-либо параметре.

Оценка «удовлетворительно» выставляется за серьезные недостатки в одном или нескольких критериях оценки.

Оценка «неудовлетворительно» за полное несоответствие ВКР вышеизложенным требованиям.

Результаты защиты ВКР определяются оценками «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно». Оценки «отлично», «хорошо», «удовлетворительно» означают успешную защиту ВКР.

4. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для прохождения государственной итоговой аттестации

Основная литература

1. Дуреев, С. П. Политология : учебное пособие : в 3 частях / С. П. Дуреев, О. В. Летунова. — Красноярск : СибГУ им. академика М. Ф. Решетнёва, 2024 — Часть 1 : Политика и власть — 2024. — 82 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/479342>.
2. Емельянов, С. М. Связи с общественностью: управление рисками и кризисными коммуникациями : учебное пособие для вузов / С. М. Емельянов. — 3-е изд., стер. — Санкт-Петербург : Лань, 2025. — 204 с. — ISBN 978-5-507-50887-7. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/484388>.
3. Зотов, В. Д. История политических учений: учебник / В.Д. Зотов, Л.В. Зотова. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва: Норма: ИНФРА-М, 2021. — 672 с. - ISBN 978-5-91768-360-7. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1229729>.
4. Кузнецов, П. А. Public Relations. Связи с общественностью для бизнеса: практические приемы и технологии / П. А. Кузнецов. - Москва : Дашков и К, 2021. - 294 с. - ISBN 978-5-394-04020-7. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1442306>.— Режим доступа: по подписке.
5. Подгорная, Л. Д. Теория коммуникации: основные направления и концепции : учебное пособие / Л.Д. Подгорная. — Москва : ИНФРА-М, 2025. — 259 с. — (Высшее образование). — DOI 10.12737/2143074. - ISBN 978-5-16-019894-1. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2143074>.

Дополнительная литература

1. Васильев, Г. А. Технологии производства рекламной продукции : учебное пособие / Г.А. Васильев, В.А. Поляков, А.А. Романов. — Москва : Вузовский учебник : ИНФРА-М, 2021. — 272 с. - ISBN 978-5-9558-0155-1. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1195622>. — Режим доступа: по подписке.
2. Гаджиев, Г. С. Политология: учебник для студентов высших учебных заведений / Г. С. Гаджиев. - 2-е изд. перераб. и доп. - Москва: Университетская книга; Логос, 2020. - 432 с. - (Новая университетская библиотека). - ISBN 978-5-98704-498-8. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1214521>.
3. Исаев, И. А. История государства и права России: учебник / И.А. Исаев. — 4-е изд., стер. — Москва: Норма: ИНФРА-М, 2023. — 800 с. - ISBN 978-5-91768-378-2. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1895236>.
4. Купряева, М. Н. Связи с общественностью в органах власти : учебное пособие / М. Н. Купряева, Н. Н. Галенко. — Самара : СамГАУ, 2019. — 125 с. — ISBN 978-5-88575-568-9. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/488141>.
5. Осипова, Е. А. Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью : учебник / Е.А. Осипова. — Москва : ИНФРА-М, 2020. — 381 с. + Доп. материалы [Электронный ресурс]. — (Высшее образование: Бакалавриат). — DOI 10.12737/textbook_5c6ffedda58f78.54410213. - ISBN 978-5-16-013595-3. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1068921>. — Режим доступа: по подписке.
6. Сергеева, З. Н. Технология рекламы : учебное пособие / З. Н. Сергеева, Е. А. Сайкин. - Новосибирск : Изд-во НГТУ, 2020. - 83 с. - ISBN 978-5-7782-4107-7. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1870479>. — Режим доступа: по подписке.
7. Толстых, П. А. GR: Полное руководство по разработке государственно-управленческих решений, теории и практике лоббирования: монография / П. А. Толстых. - Москва: Перо, 2019. - 1246 с. - ISBN 978-5-00122-623-9. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1220195>.
8. Черепанов, В. Д. Технологии рекламы и связей с общественностью в различных средах : учебно-методическое пособие / В. Д. Черепанов. - Москва : РУТ (МИИТ), 2018. - 44 с. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/1896574>.

9. Шестаков, Ю. А. История рекламы : учебное пособие / Ю.А. Шестаков. — Москва : РИОР : ИНФРА-М, 2021. — 259 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — DOI: <https://doi.org/10.12737/13532>. - ISBN 978-5-369-01496-7. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1175180>. — Режим доступа: по подписке.

5. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для прохождения государственной итоговой аттестации

- НЭБ Национальная электронная библиотека, диссертации и прочие издания
- eLIBRARY.RU Научная электронная библиотека, книги, статьи, тезисы докладов конференций
- ЭБС Консультант студента
- ЭБС ZNANIUM.COM
- ЭБС «Айбукс»
- ЭБС «Лань»
- ПРОСПЕКТ ЭБС
- ЭБС РКИ
- Электронно-библиотечная система (ЭБС) Кантитана (<https://elib.kantiana.ru/>)

Информационное и ресурсное обеспечение процедур ГИА в случае его проведения с использованием средств электронного обучения и дистанционных образовательных технологий производится в электронной информационно-образовательной среде университета.

6. Программное обеспечение государственной итоговой аттестации

Программное обеспечение обучения включает в себя:

- серверное программное обеспечение, необходимое для функционирования сервера и связи с системой электронного обучения через Интернет;
- установленное на рабочих местах студентов соответствующего ПО и антивирусное программное обеспечение.

7. Материально-техническое обеспечение государственной итоговой аттестации

Материально-техническая база БФУ им. И. Канта обеспечивает подготовку и проведение всех форм государственной итоговой аттестации, практической и научно-исследовательской работы обучающихся, предусмотренных основной образовательной программой и соответствует действующим санитарным и противопожарным правилам и нормам.

Минимально-необходимый перечень для информационно-технического и материально-технического обеспечения дисциплины:

- аудитория для проведения консультаций, оснащенная рабочими местами для обучающихся и преподавателя, доской, мультимедийным оборудованием;
- библиотека с читальным залом и залом для самостоятельной работы обучающегося, оснащенная компьютером с выходом в Интернет, книжный фонд которой составляет специализированная научная, учебная и методическая литература, журналы (в печатном или электронном виде).