

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Тамбовский государственный университет имени Г.Р. Державина»

Факультет филологии и журналистики

Кафедра журналистики, рекламы и связей с общественностью

УТВЕРЖДАЮ:  
Декан факультета



С. С. Худяков  
«04» июля 2022 г.

## **ПРОГРАММА ГОСУДАРСТВЕННОЙ ИТОГОВОЙ АТТЕСТАЦИИ**

Направление подготовки/специальность: 42.03.01 - Реклама и связи с общественностью

Профиль/направленность/специализация: Реклама и связи с общественностью в государственной и коммерческой сферах

Уровень высшего образования: бакалавриат

Квалификация: Бакалавр

Формы обучения: очная, заочная

год набора: 2022

Тамбов, 2022

**Авторы-составители:**

Кандидат филологических наук, доцент Пядышева Тамара Геннадиевна

Кандидат филологических наук, доцент Прохоров Андрей Васильевич

Кандидат наук, Никоненко Сергей Андреевич

Программа государственной итоговой аттестации составлена в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 - Реклама и связи с общественностью (приказ Министерства образования и науки РФ от «08» июня 2017 г. № 512).

Программа согласована с представителями работодателей:

1. Чарыкова Елена Александровна - начальник отдела пресс-службы Администрация г.Уварово Тамбовской области
  
2. Ефремова Елена Юрьевна - директор, Агентство маркетинговых коммуникаций SmartBrief (ИП Ефремова )
  
3. Рудой Леонид Маркусович - директор, ООО "ИНФО-Ю"
  
4. Краснослободцев Алексей Александрович - руководитель группы рекламы департамента маркетинга , ПАО "Пигмент"
  
5. Плужников Юрий Владимирович - генеральный директор, АО «Завод подшипников скольжения»

Программа ГИА принята на заседании Кафедры журналистики, рекламы и связей с общественностью «20» июня 2022 г. Протокол № 10

## СОДЕРЖАНИЕ

1. Общие положения.....	4
2. Программа государственного экзамена.....	8
3. Выпускная квалификационная работа.....	8
4. Проведение государственной итоговой аттестации лицами с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов.....	11
5. Учебно-методическое и информационное обеспечение государственной итоговой аттестации.....	12
6. Материально-техническое и программное обеспечение государственной итоговой аттестации.....	14

## 1 Общие положения

### 1.1 Цели государственной итоговой аттестации, виды аттестационных испытаний выпускников направления подготовки 42.03.01 - Реклама и связи с общественностью.

Блок БЗ Государственная итоговая аттестация относится к базовой части ОП ВО.

Государственная итоговая аттестация проводится в целях определения результатов освоения обучающимися основной образовательной программы по направлению подготовки 42.03.01 - Реклама и связи с общественностью.

Государственная итоговая аттестация выпускников ФГБОУ ВО "Тамбовский государственный университет имени Г.Р. Державина" по образовательной программе ВО по направлению подготовки 42.03.01 - Реклама и связи с общественностью включает:

- Подготовку к процедуре защиты и защиту выпускной квалификационной работы.

Вид выпускной квалификационной работы – Бакалаврская работа.

Взаимодействие преподавателя и студента во время прохождения последним государственной итоговой аттестации, в том числе во время подготовки к процедуре защиты ВКР осуществляется посредством мультимедийных, гипертекстовых, сетевых, телекоммуникационных технологий, используемых в электронной информационно-образовательной среде университета.

### 1.2 Типы задач профессиональной деятельности выпускников

- авторский
- маркетинговый

### 1.3 Область(и) профессиональной деятельности и сфера(ы) профессиональной деятельности выпускников, в которых выпускники, освоившие программу бакалавриата, могут осуществлять профессиональную деятельность

Об Связь, информационные и коммуникационные технологии (в сфере продвижения продукции средств массовой информации, включая печатные издания, телевизионные и радиопрограммы, онлайн-ресурсы)

### 1.4 Компетенции, которыми должны овладеть обучающиеся в результате освоения образовательной программы.

Выпускник, освоивший программу бакалавриата, должен обладать следующими компетенциями:

Код компетенции	Содержание компетенции	Подготовка и защита ВКР
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 коррупционному поведению	+
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) коммуникационных продуктов	+
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	+
ПК-1	Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта	+
ПК-2	Способен участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации	+
ПК-3	Способен разрабатывать авторский и/или коллективный медиапроект, участвовать в разработке, анализе и коррекции концепции медиапроекта, определении его формата	+
ПК-4	Способен применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта	+
ПК-5	Способен осуществлять профессиональные функции в области маркетинга, рекламы и связей с общественностью в различных структурах (внешних и внутренних)	+
ПК-6	Способен принимать участие в управлении и организации работы отделов рекламы и связей с общественностью / агентств рекламы и связей с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность коммуникационной деятельности	+

ПК-7	Способен использовать основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта	+
------	--	---

**1.5 Государственная итоговая аттестация по направлению подготовки 42.03.01 - Реклама и связи с общественностью предполагает, что выпускник должен:**

**знать:**

- ☐ Стиль делового общения, в зависимости от языка общения, цели и условий партнерства; адаптирует речь, стиль общения и язык жестов к ситуациям взаимодействия
- ☐ Историю России в контексте мирового исторического развития
- ☐ Здоровьесберегающие технологии для поддержания здорового образа жизни с учетом физиологических особенностей организма
- ☐ Факторы вредного влияния на жизнедеятельность элементов среды обитания (технических средств, технологических процессов, материалов, зданий и сооружений, природных и социальных явлений)
- ☐ Социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия и использует эти знания при создании медиатекстов, медиапродуктов и коммуникационных продуктов.
- ☐ Современные цифровые устройства, платформы и программное обеспечение на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и иных коммуникационных продуктов
- ☐ Виды маркетинговых коммуникаций при проведении рекламных кампаний
- ☐ Методики создания рекламных материалов, используемых в сфере внешних и внутренних коммуникаций рекламных и PR-агентств или специализированных отделов предприятий

**уметь:**

- ☐ Определяет и ранжирует информацию, требуемую для решения поставленной задачи; осуществляет поиск информации для решения поставленной задачи по различным типам запросов
- ☐ Анализирует основные принципы и методы современного естествознания, представляет систему естествознания в непрерывном развитии и преодолении неопределенностей и противоречий
- ☐ Формулирует проблему, решение которой напрямую связано с достижением цели проекта
- ☐ Осуществляет коммуникации в устной и письменной формах для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия и повседневного и делового общения в профессиональной деятельности

- ☐ Использует инструменты и методы управления временем при выполнении конкретных задач, проектов, при достижении поставленных целей
- ☐ Планирует свое рабочее и свободное время для оптимального сочетания физической и умственной нагрузки и обеспечения работоспособности
- ☐ Организует и проводит социологические исследования; формирует и аргументировано отстаивает собственную позицию по различным политическим проблемам, учитывая основные тенденции развития общественных и государственных институтов
- ☐ Планирует и организует коммуникационные кампании и мероприятия, учитывая достижения отечественной и мировой культуры
- ☐ Проводит оценку политических рекламных и ПР кампаний и исходя из политических норм регулирования выбирает приемы ПР в политической рекламе
- ☐ Осуществляет свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы
- ☐ Анализирует принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности
- ☐ Использует в своей профессиональной деятельности психологические приемы и техники, применяемые в рекламе и связях с общественностью
- ☐ Анализирует мотивы, потребности, массовое поведение и психологические эффекты массовой коммуникации
- ☐ Разрабатывает информационно-коммуникативную стратегию и готовит проектную документацию для государственного контракта в сфере связей с общественностью
- ☐ Осуществляет исследовательскую и аналитическую работу, систематизацию полученных данных, подготовку собственного рекламного или ПР-проекта по результатам исследований, подготовку публикаций в научных и отраслевых СМИ
- ☐ Анализирует основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта

**владеть:**

- ☐ Работает с научными текстами, отличает факты от мнений, интерпретаций, оценок и обосновывает свои выводы с применением философского понятийного аппарата
- ☐ В рамках поставленных задач определяет имеющиеся материальные ресурсы и анализирует необходимые затраты
- ☐ Анализирует план-график реализации проекта в целом и выбирает оптимальный способ решения поставленных задач, исходя из действующих правовых норм и имеющихся ресурсов и ограничений
- ☐ Выполняет перевод профессиональных текстов с иностранного языка на государственный

- ☐ Определяет задачи саморазвития, цели и приоритеты профессионального роста; распределяет задачи на долго-, средне- и краткосрочные с обоснованием актуальности и анализа ресурсов для их выполнения
- ☐ Учитывает при социальном и профессиональном общении по заданной теме историческое наследие и социокультурные традиции различных социальных групп, этносов и конфессий, включая мировые религии, философские и этические учения
- ☐ Осуществляет подготовку текстов рекламы и связей с общественностью и иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем
- ☐ Анализирует проблемы формирования общественного мнения и применяет инструменты и механизмы его формирования
- ☐ Использует основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий /групп общественности, учитывая основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью
- ☐ Создает тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта
- ☐ Применяет инструменты трансляции миссии, философии организации и этических норм для целевых групп общественности в офлайн и онлайн среде
- ☐ . Анализирует тексты рекламы и связей с общественностью, используемые в рекламных и PR-агентствах или специализированных отделах предприятий
- ☐ Разрабатывает рекомендации и вносит предложения по организации выпуска рекламных видеороликов, наружной рекламы, листовок, в том числе рекламы в компьютерной сети
- ☐ Осуществляет оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводит мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивает эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью
- ☐ Осуществляет проектную деятельность в области разработки и реализации проектов по формированию положительного образа территории, а также рекламы и связей с общественностью

### 1.6 Порядок проведения государственной итоговой аттестации

Государственная итоговая аттестация проводится согласно Положению о проведении государственной итоговой аттестации по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры ФГБОУ ВО "Тамбовский государственный университет имени Г.Р. Державина".

## 2 Программа государственного экзамена

Не предусмотрено учебным планом

## 3. Выпускная квалификационная работа

### 3.1 Рекомендации обучающимся по подготовке к написанию и защите выпускной квалификационной работы

Подготовка и защита ВКР	Код компетенции
Выбор темы исследования	УК-1
	УК-2
Подготовка теоретической части ВКР	УК-4
	УК-5
	УК-6
	УК-7

	УК-9 УК-10 ПК-3
Подготовка рекомендательной части ВКР	УК-8 ОПК-1 ОПК-2 ОПК-3 ОПК-4 ОПК-5 ОПК-6 ОПК-7 ПК-1 ПК-2 ПК-4 ПК-5 ПК-6 ПК-7
Подготовка доклада по ВКР	УК-3 УК-4 УК-6
Ответы на вопросы по ВКР	УК-3 ОПК-5 ОПК-6

### 3.2 Примерные темы выпускной квалификационной работы

Процедура выбора и утверждения тем ВКР, порядок назначения научных руководителей закреплены в Положении о выпускной квалификационной работе обучающихся по программам магистратуры и Положении о выпускной квалификационной работе, обучающихся по программам высшего образования (программам бакалавриата, программам специалитета) ФГБОУ ВО "Тамбовский государственный университет имени Г.Р. Державина".

#### Перечень примерных тем выпускных квалификационных работ.

1. Интернет-реклама как средство продвижения товаров и услуг
2. Совершенствование рекламной деятельности предприятия при использовании интернет-технологий
3. Особенности управления репутацией в интернете
4. Организация и анализ форм рекламной деятельности предприятия посредством видеоблогинга в интернет
5. Социальные медиа как механизм построения коммуникации в современном обществе
6. Разработка стратегии рекламной деятельности организации с использованием современных технологий продвижения в социальных медиа
7. Рекламные и PR-коммуникации в сфере высоких технологий
8. Совершенствование системы маркетинговых коммуникаций в коммерческой сфере
9. SMM-технологии рекламного и PR-продвижения компаний
10. Инструменты продвижения компании в социальной сети "ВКонтакте"
11. Блог – форма связей с общественностью в государственном и муниципальном управлении: достоинства и недостатки
12. Разработка программы интегрированных коммуникаций для предприятия с использованием социальных сетей
13. Влияние digital communications на рекламу и связи с общественностью

14. Специфика событийного продвижения региона
15. Особенности создания и размещения нативных (естественных) коммуникаций в интернет-пространстве
16. Повышение эффективности рекламной кампании с помощью digital-коммуникаций
17. SMM как способ продвижения товаров и услуг
18. Разработка программы продвижения товаров с использованием интернет-технологий
19. Приемы и методы связей с общественностью в интернете
20. Построение коммуникации с потребителем посредством социальных медиа
21. Формирование имиджа компании PR средствами
22. Совершенствование управления и организации выставочной деятельности как специального мероприятия PR
23. Стратегии и тактики организации рекламной деятельности и продвижения продукции предприятий в социальных сетях
24. Социальные сети и их коммуникативный потенциал
25. Блог – форма связей с общественностью в коммерческом предприятии: достоинства и недостатки
26. Разработка программы повышения эффективности коммуникационной активности производственного предприятия (рынок B2B)
27. Семиотические аспекты формирования рекламного продукта.
28. Совершенствование инструментов рекламной коммуникации в месте продаж различного торгового предприятия
29. Диалоговые интерфейсы в продвижении товаров и услуг.
30. Анализ принципов SMM-продвижение продуктов и услуг
31. Разработка плана коммуникационной кампании в сети интернет
32. Специфика продвижения коммуникационного агентства в социальных медиа
33. Разработка рекламной кампании с использованием интернет-технологий
34. Информационная открытость органов государственной власти: региональный опыт.
35. Разработка рекламной кампании при выводе товара/услуги на рынок B2B

### **3.3. Руководство и консультирование выпускной квалификационной работой**

Обязанности руководителя выпускной квалификационной работы закреплены Положением о выпускной квалификационной работе обучающихся по программам магистратуры и Положением о выпускной квалификационной работе, обучающихся по программам высшего образования (программам бакалавриата, программам специалитета) ФГБОУ ВО "Тамбовский государственный университет имени Г.Р. Державина".

### **3.4 Требования к объему, структуре и оформлению выпускной квалификационной работы**

Работа представляет собой самостоятельное научное исследование, выполненное по теме, актуальной для современной науки. Основные научные результаты, полученные автором работы, подлежат обязательной апробации путем публикации в научных печатных изданиях, изложенных в докладах на научных конференциях, симпозиумах, семинарах.

Выпускная квалификационная работа содержит обоснование выбора темы исследования, обзор опубликованной литературы по данной теме, изложение полученных результатов экспериментального исследования, выводы и предложения.

Работа сопровождается иллюстрированным материалом, списком литературных источников, включая работы зарубежных и отечественных исследователей последних лет, методическими материалами.

Во время процедуры защиты работ студентом используется мультимедийная и другая техника.

Выпускная квалификационная работа позволяет выявить уровень профессиональной эрудиции выпускника, его методическую подготовленность, владение умениями и навыками профессиональной деятельности; показывает умение кратко, логично и аргументировано излагать материал, оценивать свой вклад в решение проблемы; владение методами математического анализа, что подтверждает достоверность и обоснованность выводов, полученных по результатам исследования.

При экспертизе выпускных квалификационных работ привлекаются внешние рецензенты из числа ведущих специалистов государственных и коммерческих структур, ученые и преподаватели других вузов.

Основные требования по объему, структуре и оформлению выпускной квалификационной работы определены в соответствующих Положениях ТГУ им. Г.Р. Державина.

### **3.5 Порядок проведения защиты выпускной квалификационной работы**

Защита выпускной квалификационной работы проводится в соответствии с утвержденным графиком проведения государственных аттестационных испытаний на заседании экзаменационной комиссии по направлению подготовки.

Защита начинается с доклада студента по теме диссертации. На доклад по бакалаврской работе отводится до 10 минут. Студент должен излагать основное содержание своей выпускной квалификационной работы свободно. В процессе доклада может использоваться компьютерная презентация работы, подготовленный наглядный графический (таблицы, схемы) или иной материал, иллюстрирующий основные положения работы.

После завершения доклада члены ГЭК задают студенту вопросы как непосредственно связанные с темой выпускной квалификационной работы, так и непосредственно к ней не относящиеся. При ответах на вопросы студент имеет право пользоваться своей работой.

При защите работы необходимо наличие рецензии.

После окончания дискуссии студенту предоставляется заключительное слово. В своём заключительном слове студент должен ответить на замечания рецензента.

После заключительного слова студента процедура защиты выпускной квалификационной работы считается оконченной.

## **4. Проведение государственной итоговой аттестации лицами с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов**

Для обучающихся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов (далее – обучающиеся с ограниченными возможностями здоровья) государственная итоговая аттестация проводится с учетом особенностей их психофизического развития, их индивидуальных возможностей и состояния здоровья (далее – индивидуальные особенности).

При проведении государственной итоговой аттестации обеспечивается соблюдение следующих общих требований:

- проведение государственной итоговой аттестации для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья в одной аудитории совместно с обучающимися, не имеющими ограниченных возможностей здоровья, если это не создает трудностей для обучающихся при прохождении государственной итоговой аттестации;
- присутствие в аудитории ассистента (ассистентов), оказывающего обучающимся с ограниченными возможностями здоровья необходимую техническую помощь с учетом их индивидуальных особенностей (занять рабочее место, передвигаться, прочесть и оформить задание, общаться с членами Государственной экзаменационной комиссии);
- пользование необходимыми обучающимся с ограниченными возможностями здоровья техническими средствами при прохождении государственной итоговой аттестации с учетом их индивидуальных особенностей;
- обеспечение возможности беспрепятственного доступа в аудитории, где проводятся государственные аттестационные испытания, туалетные и другие помещения.

По письменному заявлению обучающегося с ограниченными возможностями здоровья продолжительность сдачи государственного аттестационного испытания может быть увеличена по отношению к установленной продолжительности его сдачи:

- продолжительность сдачи государственного экзамена, проводимого в письменной форме, - не более чем на 90 минут;
- продолжительность подготовки обучающегося к ответу на государственном экзамене, проводимом в устной форме, - не более чем на 20 минут;
- продолжительность выступления обучающегося при защите ВКР - не более чем на 15 минут.

В зависимости от индивидуальных особенностей обучающихся с ограниченными возможностями здоровья Университет обеспечивает выполнение следующих требований при проведении государственного аттестационного испытания:

**для слепых:**

- задания и иные материалы для сдачи государственного аттестационного испытания оформляются рельефно-точечным шрифтом Брайля или в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением для слепых, либо зачитываются ассистентом;
- письменные задания выполняются обучающимися на бумаге рельефно-точечным шрифтом Брайля или на компьютере со специализированным программным обеспечением для слепых, либо надиктовываются ассистенту;
- при необходимости обучающимся предоставляется комплект письменных принадлежностей и бумага для письма рельефно-точечным шрифтом Брайля, компьютер со специализированным программным обеспечением для слепых.

**для слабовидящих:**

- задания и иные материалы для сдачи государственного аттестационного испытания оформляются увеличенным шрифтом;
- обеспечивается индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс;
- при необходимости обучающимся предоставляется увеличивающее устройство, допускается использование увеличивающих устройств, имеющихся у обучающихся;

**для глухих и слабослышащих, с тяжелыми нарушениями речи:**

- обеспечивается наличие звукоусиливающей аппаратуры коллективного пользования, при необходимости обучающимся предоставляется звукоусиливающая аппаратура индивидуального пользования;
- по их желанию государственные аттестационные испытания проводятся в письменной форме.

**для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата (тяжелыми нарушениями двигательных функций верхних конечностей или отсутствием верхних конечностей):**

- письменные задания выполняются обучающимися на компьютере со специализированным программным обеспечением или надиктовываются ассистенту;
- по их желанию государственные аттестационные испытания проводятся в устной форме.

Обучающийся с ограниченными возможностями здоровья не позднее, чем за 3 месяца до начала государственной итоговой аттестации подает письменное заявление о необходимости создания для него специальных условий при проведении государственных аттестационных испытаний с указанием индивидуальных особенностей.

К заявлению прилагаются документы, подтверждающие наличие у обучающегося индивидуальных особенностей (при отсутствии указанных документов в Университете). В заявлении обучающийся указывает на необходимость (отсутствие необходимости) присутствия ассистента на государственном аттестационном испытании, необходимость (отсутствие необходимости) увеличения продолжительности сдачи государственного аттестационного испытания по отношению к установленной продолжительности (для каждого вида государственной итоговой аттестации).

## **5. Учебно-методическое и информационное обеспечение государственной итоговой аттестации**

### **Основная литература:**

1. Рогожин М. Ю. Теория и практика рекламной деятельности : учебное пособие. - 3-е изд., перераб. и доп.. - Москва|Берлин: Директ-Медиа, 2014. - 208 с. - Текст : электронный // ЭБС «Университетская библиотека онлайн» [сайт]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=253716>
2. Резепов, И. Ш. Психология рекламы и PR : учебное пособие. - Весь срок охраны авторского права; Психология рекламы и PR. - Москва: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2018. - 224 с. - Текст : электронный // IPR BOOKS [сайт]. - URL: <http://www.iprbookshop.ru/75203.html>
3. Кузнецов П. А. Современные технологии коммерческой рекламы : практическое пособие. - Москва: Дашков и К°, 2018. - 296 с. - Текст : электронный // ЭБС «Университетская библиотека онлайн» [сайт]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=496073>

### **Дополнительная литература:**

1. Минаева Л.В. Связи с общественностью. Составление документов. Теория и практика : учеб. пособие для вузов. - 2-е изд., доп. и перераб.. - М.: Аспект Пресс, 2012. - 320 с.
2. Прохоров А. В., Пядышева Т. Г., Маликова Т. О. Связи с общественностью в различных сферах : учеб. пособие. - Тамбов: [Издат. дом ТГУ им. Г.Р. Державина], 2015. - 217, [1] с.: ил., табл.
3. Василенко И. Я., Василенко Е. В. Связи с общественностью в органах власти : учебник. - Москва: КНОРУС, 2016. - 232 с.
4. Марусева И. В. Дипломное проектирование в области PR и рекламы : учебное пособие, 1. Теоретические основы дипломного проектирования: рынок, PR и реклама. - Москва|Берлин: Директ-Медиа, 2014. - 363 с. - Текст : электронный // ЭБС «Университетская библиотека онлайн» [сайт]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=253699>
5. Плиский Н. Н. Реклама. Ее значение, происхождение и история. Примеры рекламирования. - Санкт-Петербург: б.и., 1894. - 180 с. - Текст : электронный // ЭБС «Университетская библиотека онлайн» [сайт]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=233816>
6. Алашкин П. Все о рекламе и продвижении в Интернете : практическое пособие. - Москва: Альпина Бизнес Букс, 2016. - 220 с. - Текст : электронный // ЭБС «Университетская библиотека онлайн» [сайт]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=229721>
7. Шаблинский И. Г., Тиллинг Е. М. Интеллектуальная собственность и реклама: актуальные вопросы, административная и судебная практика : практическое пособие. - Москва: Альпина Паблишер, 2016. - 187 с. - Текст : электронный // ЭБС «Университетская библиотека онлайн» [сайт]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=229798>
8. Дрешер А. Р. Анализ реакции зрителя на рекламный продукт. - Москва: Лаборатория книги, 2012. - 142 с. - Текст : электронный // ЭБС «Университетская библиотека онлайн» [сайт]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=139293>
9. Бердышев, С. Н. Секреты эффективной интернет-рекламы : практическое пособие. - Весь срок охраны авторского права; Секреты эффективной интернет-рекламы. - Москва: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2018. - 121 с. - Текст : электронный // IPR BOOKS [сайт]. - URL: <http://www.iprbookshop.ru/75200.html>

### **Иные источники:**

1. Гуманитарная электронная библиотека - <http://www.lib.ua-ru.net/katalog/41.html>
2. Информационно-правовой портал «Гарант» Правообладатель: ООО «НПП «ГАРАНТ-СЕРВИС». Региональный партнер ООО «Плюс Гарантия» - <http://www.garant.ru> - <http://www.garant.ru>
3. Каталог образовательных интернет-ресурсов - [http://www.edu.ru/index.php?page\\_id=6](http://www.edu.ru/index.php?page_id=6)
4. Экономический факультет МГУ. Электронная библиотека - <http://www.econ.msu.ru/cd/310>
5. Центр Защиты Прав СМИ - <http://www.mmdc.ru/>

### **Профессиональные базы данных и информационные справочные системы:**

1. Электронная библиотека. Образовательная платформа «Юрайт». – URL: <https://biblio-online.ru/book/sud-prisyazhnyh-442275>

2. Электронный каталог Фундаментальной библиотеки ТГУ. – URL: <http://biblio.tsutmb.ru/elektronnyij-katalog>
3. Справочная правовая система "Консультант плюс". – URL: <http://www.consultant.ru>
4. Тамбовская областная универсальная научная библиотека им. А.С. Пушкина. – URL: <http://www.tambovlib.ru>
5. Государственная информационная система «Национальная электронная библиотека» . – URL: <https://rusneb.ru>
6. Научная электронная библиотека eLIBRARY.ru. – URL: <https://elibrary.ru>
7. Официальный сайт Фонда общественного мнения. – URL: <https://fom.ru>

## **6. Материально-техническое и программное обеспечение государственной итоговой аттестации**

Для проведения государственной итоговой аттестации вуз располагает следующей материально-технической базой:

- для проведения консультаций, государственного экзамена и защиты выпускных квалификационных работ: аудитории, укомплектованные специализированной мебелью и техническими средствами обучения: видеопроекторным оборудованием для презентаций, средствами звуковоспроизведения, экраном и имеющие выход в сеть Интернет;
- для самостоятельной подготовки к сдаче государственного экзамена и написания выпускной квалификационной работы: читальными залами библиотеки; компьютерным классом.

## **Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение:**

7-Zip 9.20

Kaspersky Endpoint Security для бизнеса - Стандартный Russian Edition. 1500-2499 Node 1 year Educational Renewal Licence

Microsoft Office Профессиональный плюс 2007

Adobe Reader XI (11.0.08) - Russian Adobe Systems Incorporated 10.11.2014 187,00 MB 11.0.08

1С:Предприятие 8.2 (8.2.18.61) учебная

Электронный периодический справочник "Система ГАРАНТ"

Операционная система Microsoft Windows XP SP3

Альт-Инвест сумм

Операционная система "Альт Образование"

CorelDRAW Graphics Suite X3

Adobe Photoshop CS3

IBM SPSS Statistics 20

Oracle VM VirtualBox 3.2.10

LiteManager Pro - Server

Skype

Statistica Base 10 for Windows RU

## **Электронная информационно-образовательная среда**

[https://auth.tsutmb.ru/authorize?response\\_type=code&client\\_id=moodle&state=xyz](https://auth.tsutmb.ru/authorize?response_type=code&client_id=moodle&state=xyz)

Взаимодействие преподавателя и студента во время прохождения последним государственной итоговой аттестации, в том числе во время подготовки к процедуре защиты ВКР осуществляется посредством мультимедийных, гипертекстовых, сетевых телекоммуникационных технологий, используемых в электронной информационно-образовательной среде университета.