

УТВЕРЖДАЮ
Первый проректор, проректор
по УР

_____ А.Е.Рудин

Программа выпускной квалификационной работы

Б3.01(Д)

Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной
квалификационной работы

Учебный план: 2026-2027 42.04.01 ИБК Бренд-комм ЗАО №2-3-38.plx

Кафедра: **60** Бренд-коммуникаций

Направление подготовки:
(специальность) 42.04.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки:
(специализация) Бренд-коммуникации

Уровень образования: магистратура

Форма обучения: заочная

План учебного процесса

Семестр		Сам. работа	Контроль, час.	Трудоёмкость, ЗЕТ
3	УП	293,5	30,5	9
Итого	УП	293,5	30,5	9

Рабочая программа дисциплины составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденным приказом Минобрнауки России от 08.06.2017 г. № 528

Составитель (и):

кандидат культурологии, Доцент, заведующий
кафедрой

Савицкая Вероника
Юрьевна

кандидат искусствоведения, Доцент кафедры Бренд-
коммуникаций

Андреева Вера
Александровна

доцент, к.культ. , Доцент, и.о. зав.кафедрой

Савицкая Вероника
Юрьевна

От кафедры составителя:

Заведующий кафедрой бренд-коммуникаций

Савицкая Вероника
Юрьевна

От выпускающей кафедры:

Заведующий кафедрой

Савицкая Вероника
Юрьевна

Методический отдел:

1 ВВЕДЕНИЕ К ПРОГРАММЕ ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЫ

1.1 Цель ВКР: подтвердить уровень подготовленности выпускников и проверить сформированность компетенций, предусмотренных учебным планом основной образовательной программы в соответствии с требованиями действующего образовательного стандарта; подтвердить их способность и готовность использовать знания, умения и (или) практический опыт в профессиональной деятельности.

1.2 Задачи ВКР:

- определить степень сформированности общекультурных и профессиональных компетенций выпускников.
- развить и закрепить навыки самостоятельной работы и овладения методологией исследования, анализа и обработки информации при решении разрабатываемых проблем и вопросов

2 КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ И ИНДИКАТОРЫ ДОСТИЖЕНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ

УК-1: Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий
Знает: методы системного и критического анализа; методики разработки стратегии действий для выявления и решения проблемной ситуации
Умеет: применять методы системного критического анализа проблемных ситуаций; разрабатывать стратегию действий, принимать конкретные решения для ее реализации; объяснять цели и формулировать задачи, обеспечивающие разрешение проблемных ситуаций
Владеет: методологией системного и критического анализа проблемных ситуаций; методиками постановки цели, разработки стратегий действий и определения способов ее достижения
УК-2: Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла
Знает: этапы жизненного цикла проекта; методы разработки и управления проектами.
Умеет: разрабатывать проект с учетом анализа альтернативных вариантов его реализации, определять этапы, основные направления работ; объяснять цели и формулировать задачи, связанные с подготовкой и реализацией проекта; осуществлять руководство реализацией проекта на всех этапах его жизненного цикла.
Владеет: методиками разработки и управления проектом; методами оценки потребности в ресурсах и эффективности проекта; навыками привлечения и эффективного использования необходимых ресурсов в условиях различных ограничений.
УК-3: Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели
Знает: методики формирования команд; методы разработки командной стратегии и эффективного руководства коллективами; основные теории лидерства и стили руководства.
Умеет: разрабатывать командную стратегию; формулировать задачи членам команды для достижения поставленной цели; применять эффективные стили руководства командой.
Владеет: умением анализировать, проектировать и организовывать коммуникации в команде для достижения поставленной цели; методами организации и управления коллективом.
УК-4: Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия
Знает: современные коммуникативные технологии; правила и особенности деловой коммуникации в том числе на иностранном(ых) языке(ах).
Умеет: применять на практике коммуникативные технологии делового общения, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия.
Владеет: навыками деловых коммуникаций в устной и письменной форме, в том числе на иностранном(ых) языке(ах).

УК-5: Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия	
Знает: особенности различных культур мира; правила и технологии эффективного межкультурного взаимодействия.	
Умеет: анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия.	
Владеет: методами и навыками эффективного межкультурного взаимодействия.	
УК-6: Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки	
Знает: современные методики самооценки, самоконтроля и саморазвития, в том числе здоровьесбережения; основные принципы определения приоритетов личностного развития исходя из стратегии карьерного роста и требований рынка труда.	
Умеет: применять методики самооценки и самоконтроля; определять приоритеты и способы совершенствования собственной деятельности.	
Владеет: технологиями и навыками определения и реализации приоритетов собственной деятельности и ее совершенствования на основе самооценки, самоконтроля и принципов саморазвития в течение всей жизни, в том числе с использованием здоровьесберегающих подходов.	
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	
Знает: принципы планирования, организации и координации процесса создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и(или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, приемы коммуникативного убеждения при создании медиатекстов и коммуникационных продуктов; тенденции развития различных знаковых систем.	
Умеет: производить медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты.	
Владеет: навыками управления процессом подготовки востребованных индустрией рекламы и связей с общественностью текстов и иных коммуникационных продуктов с учетом норм и особенностей различных 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	
Знает: структуру и специфику развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиа и коммуникационных продуктах.	
Умеет: выявлять причинно- следственные связи в проблемах взаимодействия общественных и государственных институтов в контексте коммуникативной деятельности.	
Владеет: навыками анализа основных тенденций развития общественных и государственных институтов и использования результатов анализа в процессе создания коммуникационных продуктов.	
ОПК-3: Способен анализировать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	
Знает: тенденции развития отечественной и мировой культуры и их роль в создании коммуникационных продуктов.	
Умеет: использовать опыт отечественной и мировой культуры при реализации коммуникационной деятельности.	
Владеет: навыками исследования этапов развития отечественной и мирового культурного процесса и использования результатов исследования в профессиональной деятельности.	

ОПК-4: Способен анализировать потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты
Знает: основные методы анализа и прогнозирования потребностей аудитории в медиа и коммуникационных продуктах.
Умеет: интерпретировать данные социологических исследований о потребностях общества и интересах отдельных аудиторных групп
Владеет: навыками организации процесса изучения аудиторий; навыками применения результатов исследований, выявленных данных о потребностях аудитории при подготовке медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных
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
Знает: основные тенденции развития медиакоммуникаций в региональном, национальном и глобальном контексте во взаимосвязи со социально-политическими, экономическими и этическими регулятивами.
Умеет: выявлять особенности политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровне.
Владеет: навыком принятия профессиональных решений по подготовке текстов рекламы и связей с общественностью и (или) разработке и реализации иных коммуникационных продуктов с учетом условий функционирования конкретной медиакоммуникационной системы, правовых и этических норм регулирования.
ОПК-6: Способен отбирать и внедрять в процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии
Знает: современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии, используемые в профессиональной деятельности.
Умеет: отслеживать глобальные тенденции модернизации технического оборудования, программного обеспечения и расходных материалов, необходимых для осуществления профессиональной деятельности.
Владеет: навыками отбора и внедрения в профессиональную деятельность современных технологий, цифровых инструментов, технических средств и программного обеспечения.
ОПК-7: Способен оценивать и прогнозировать возможные эффекты в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности
Знает: возможные эффекты в медиасфере и принципы социальной ответственности.
Умеет: прогнозировать и оценивать закономерности формирования эффекта и последствий профессиональной деятельности.
Владеет: навыками оценки и прогнозирования возможных эффектов разрабатываемых коммуникационных решений; навыками разработки и реализации коммуникационного продукта с учетом принципов социальной ответственности.
ПК-1: Способен планировать и координировать деятельность подразделения рекламы и связей с общественностью
Знает: методы и инструменты организации деятельности по планированию и координации эффективной коммуникационной стратегии, коммуникационного проекта; принципы функционирования профессиональной сферы.
Умеет: проводить анализ коммуникационной стратегии компании, проектировать коммуникационную деятельность компании в соответствии с принципами и нормами профессиональной сферы.
Владеет: навыками осуществления организационно- управленческой и редакционной деятельности в рекламе и связях с общественностью.

ПК-2: Способен планировать и контролировать маркетинговую деятельность организации

Знает: методики качественного и количественного анализа информационного поля, методы работы с открытыми данными и значительными объемами информации; методику анализа маркетинговых процессов в деятельности организации.

Умеет: отбирать эффективные средства и инструменты проведения исследования в профессиональной сфере. формулировать концепцию маркетингового исследования деятельности организации; отбирать инструменты планирования и управления маркетинговой деятельности организации.

Владеет: навыками представления и интерпретации результатов исследования, разработки практических рекомендаций на основе проведенных исследований для реализации в маркетинговой деятельности организации.

ПК-3: Способен к разработке, тестированию и внедрению инновационных товаров (услуг), созданию нематериальных активов (брендов) и управлению ими в организации

Знает: понятийный аппарат в области современных коммуникационных составляющих инноваций, нематериальных активов (брендов) и инновационных услуг в профессиональной сфере.

Умеет: разрабатывать и применять современные коммуникационные решения в профессиональной деятельности с учетом норм и требований к профессиональной деятельности специалиста по рекламе и связям с общественностью.

Владеет: навыками использования проектных средств управления инновациями в процесс планирования, разработки и реализации коммуникационного продукта.

ПК-4: Способен проводить маркетинговое исследование в сфере бренд-коммуникаций с использованием инструментов комплекса маркетинга

Знает: содержание и способы использования комплекса маркетинга в сфере коммуникационных услуг, в том числе в создании нематериальных активов (брендов).

Умеет: разрабатывать и применять современные коммуникационные решения в маркетинговой деятельности с учетом норм и требований к профессиональной деятельности специалиста по рекламе и связям с общественностью.

Владеет: навыками использования коммуникационных средств и интеграции современных маркетинговых инструментов в процесс планирования, разработки и реализации коммуникационного продукта.

3 ВЫПОЛНЕНИЕ И ЗАЩИТА ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЫ

3.1 Вид выпускной квалификационной работы

Индивидуальная

☒

Групповой проект

☐

3.2 Основные направления и тематики выпускных квалификационных работ

Влияние кризисных ситуаций на бренд-коммуникацию: стратегии управления репутацией.
Психология потребителей и её влияние на стратегии бренд-коммуникации.
Эффективность интегрированных маркетинговых коммуникаций (IMC) в продвижении бренда.
Стратегия CSR (корпоративной социальной ответственности) в бренд-коммуникации.
Кросс-культурные различия в восприятии брендов: исследование на примере международных компаний.
Коммуникативные инструменты формирования экологической культуры общества.
Особенности современных коммуникаций в продвижении бренда территории.
Процесс формирования лояльной группы потребителей на основе обещания бренда.
Использование технологий брендинга в продвижении политической торговой марки.
Использование технологий брендинга в продвижении социальной торговой марки.
Коммуникационный процесс формирования имиджа бренда.
Исследования «шумов» в коммуникационном процессе формирования имиджа бренда.
Специфика использования репутационных марочных ассоциаций в процессе формирования бренда.
Возможности использования D&P-анализа в брендинге.
Специфика использования технологий разработки позиционирования торговой марки в товарной категории «...».

Территориальный брендинг как способ формирования национальной идентичности.
Социально-культурные аспекты формирования территориального имиджа.
Проектная деятельность в социальном брендинге.
Айдентика в процессе развития туристической дестинации.
Арт-проектирование в социальном брендинге.

3.3 Организация руководства выпускной квалификационной работой

регламентируется локальным нормативным актом СПбГУПТД «Положение о государственной итоговой аттестации по образовательным программам высшего образования»

3.4 Критерии оценивания результатов выполнения и защиты выпускной квалификационной работы

Шкала оценивания	Критерии оценивания сформированности компетенций
5 (отлично)	Тема ВКР полностью раскрыта на основе достаточной аналитической базы, достоверной и полной информационной базы, адекватности и обоснованности методов исследования. Материал ВКР изложен грамотно, логично, структура ВКР соответствует заданию (всем его составляющим), качество полученных результатов соответствует заявленному. Работа отличается актуальностью и новизной; правильно определен объект, предмет и методы исследования. Исследуемая проблема проанализирована достаточно полно и многосторонне, в соответствии с методологическими представлениями, принятыми в избранной области профессиональной деятельности, с применением соответствующих методических навыков; избранный для анализа материал имеет достаточный объем и позволяет сделать достоверные выводы; содержание изложено последовательно; фактические ошибки отсутствуют; в процессе исследования получены значимые результаты; выводы убедительны и опираются на полученные результаты; работа отличается богатством лексики, разнообразием используемых синтаксических конструкций, точностью словоупотребления; отсутствуют орфографические, пунктуационные ошибки; работа в целом, справочный и научный аппарат (в частности, система ссылок) оформлены в соответствии с требованиями; выступление на защите соответствует регламенту, имеет безукоризненную речевую форму, ответы на замечания рецензентов и вопросы членов ГЭК характеризуются уверенностью и убедительностью; мультимедиа презентация соответствует профессиональным требованиям и стандартам; во введении указана апробация результатов исследования (публикации, участие в конференциях и других научных мероприятиях и т. п.). Возможно наличие одного-двух незначительных недочетов, однако недочеты не

	должны носить принципиальный характер.
4 (хорошо)	В ВКР представлена достаточная аналитическая база, достоверная и полная информационная база, присутствует обоснованность методов исследования. Результаты исследования в ВКР изложены грамотно, но выявлены нарушения системности изложения, повторы, неточности. Недостаточно обоснованы выводы и рекомендации, объем разделов не гармоничен. В тексте работы присутствуют орфографические, пунктуационные, грамматические и стилистические ошибки. Часть основного текста работы, справочного и научного аппарата (в частности, система ссылок) оформлены не в соответствии с требованиями. Отдельные части работы плохо вычитаны, содержат опечатки и иные технические погрешности. Доклад логичный, полностью отражает результаты проведенного исследования. Не полностью выполнены требования к регламенту, обоснованности выбора положений, выносимых на защиту. Презентация полностью отражает цели, задачи, методы и результаты исследования, но имеются несущественные замечания к качеству презентации и демонстрационных материалов, их соответствию докладу. Ответы на вопросы даны не в полном объеме, слабо использован категориальный аппарат.
3 (удовлетворительно)	Содержание работы не вполне соответствует теме; исследуемая проблема проанализирована недостаточно, методы исследования применены некорректно; избранный для анализа материал имеет недостаточный объем и не позволяет сделать достоверные выводы; присутствуют значительные фактические ошибки; объем работы не соответствует предъявляемым требованиям; объем цитат неоднократно превышает одну страницу печатного текста; основной текст работы, справочный и научный аппарат (в частности, система ссылок) оформлены не в соответствии с требованиями; работа плохо вычитана, содержит опечатки и другие технические погрешности; отсутствовали содержательные и полные ответы на замечания рецензента и вопросы членов ГЭК; мультимедиа презентация отсутствовала или была подготовлена с грубыми отклонениями от стандартов.
2 (неудовлетворительно)	Содержание ВКР не соответствует заданию, имеются существенные ошибки в представлении информационной базы, в выборе методов преобразования информации и баз данных, отсутствуют библиографические ссылки в тексте. Заявленные цели работы не достигнуты, недостаточно обосновано структурирование ВКР, отсутствует связь между структурными элементами. ВКР не завершена. Нарушен регламент, имеются ошибки в использовании профессиональных терминов, обучающийся не ориентируется в тексте доклада. Презентация не соответствует теме ВКР, обнаружены ошибки в представленном материале. Ответы на поставленные вопросы не получены или в них представлены ошибочные сведения.

3.5 Требования к выпускным квалификационным работам и порядку их выполнения

3.5.1 Требования к содержанию, объему и структуре выпускной квалификационной работы

ВКР магистра носит, как правило, теоретический и научно-исследовательский характер. Содержанием ВКР являются теория, история и практика рекламы и связей с общественностью.

Теоретическая работа представляет собой методологическую или историческую разработку, имеющую значительную

теоретическую или практическую значимость для сообщества специалистов по рекламе или связям с общественностью.

Научно-исследовательская работа предполагает прикладное исследование деятельности организации по связям с общественностью/рекламной деятельности или отдельных аспектов (явлений, феноменов, проблем)

этой деятельности. ВКР может иметь общий или сравнительный характер, или исследовать конкретную проблему конкретной организации и содержать рекомендации по развитию и улучшению отдельных аспектов

рекламной или PR-коммуникации.

Объем основной части ВКР составляет — не менее 70 страниц. Список литературы и приложения в указанный объем не входят.

Типовая структура ВКР: титульный лист, задание на ВКР, реферат, оглавление, введение, главы (главы делятся на параграфы), заключение, список использованных источников. Также работа может включать приложения (расшифровки интервью, таблицы и графики, наглядные материалы и т.п.).

Во введении ВКР обосновывается актуальность темы ВКР, ее новизна, объект и предмет исследования, цель и задачи работы, используемые методы исследования, его теоретическая и эмпирическая базы, описываются виды апробации результатов исследования (публикации, участие в конференциях и других проектных и научных мероприятиях и т.п.) и его структура. Во введении также приводятся положения, выносимые на защиту.

Нумерация разделов производится арабскими цифрами. Каждый раздел (глава, параграф) представляет собой самостоятельный завершённый фрагмент текста, тесно связанный с общим содержанием. Главы и параграфы должны быть пропорциональны друг другу.

Заключение ВКР — это краткий обзор выполненного исследования, общая оценка эффективности выбранного подхода, степени достижения поставленных целей и сформулированных задач. В

заключении автор

может вновь обратиться к актуальности изучения проблемы в целом или ее отдельных аспектов,

подчеркнуть

перспективность использованного подхода, высказать предположение о возможных путях его

модификации,

поделиться мнением о необходимости апробировать иной исследовательский подход, и т. п. Обсуждение

этих

вопросов не может заменить выводы.

В заключении не должны дублироваться выводы по главам. Могут присутствовать обобщения, охватывающие наиболее существенные результаты проведённой работы.

Список литературы содержит библиографическое описание тех источников, которые непосредственно используются в ВКР (в виде прямых цитат или иносказательно). Источники, которые не цитировались и

не

упоминались в тексте ВКР, в список не включаются.

Требованием при подготовке ВКР в соответствии с общепринятыми этическими и правовыми нормами является добросовестное цитирование. Выполнение данного требования отражается в отзыве научного руководителя ВКР на основании результатов проверки ВКР на объем заимствования, в т.ч.

содержательного

выявления неправомерных заимствований. ВКР не может содержать некорректных заимствований в соответствии с "Положение об обеспечении самостоятельности выполнения письменных работ

обучающихся на

основе системы "Антиплагиат" СГБГУПТД.

ВКР не может представлять собой перевод на русский язык материалов зарубежных авторов.

Выпускная квалификационная работа представляет собой законченную самостоятельную

теоретическую / научно-исследовательскую работу / проект, в которой решается конкретная задача (или

задачи)

в соответствии с видами и задачами профессиональной деятельности выпускника.

В выпускной работе обучающийся должен показать умение анализировать научную литературу по проблеме исследования, фактический материал, делать необходимые обобщения и выводы; знание

основных

методов исследования и навыки их применения, владение научным стилем речи.

3.5.2 Правила оформления выпускной квалификационной работы

Изложение текста и оформление работы выполняют в соответствии с требованиями ГОСТ. Страницы текстовой части и включенные в

нее иллюстрации и таблицы должны соответствовать формату А4, печать односторонняя, шрифт «Times New Roman», кегль 14 через 1,5 интервала,

поля: верхнее и нижнее – 20 мм, левое – 30 мм, правое – 10 мм. Выравнивание текста — по ширине.

Полужирный шрифт не применяется.

Заголовки разделов и подразделов печатают 16 кеглем. Слова, напечатанные прописными буквами:

“ЗАДАНИЕ”, “РЕФЕРАТ”, “СОДЕРЖАНИЕ”,

“ВВЕДЕНИЕ”, “НАЗВАНИЯ РАЗДЕЛОВ”, “ЗАКЛЮЧЕНИЕ”, “СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ

ИСТОЧНИКОВ”, “ПРИЛОЖЕНИЕ” должны служить

заголовками соответствующих структурных частей выпускной квалификационной работы.

Названия разделов выполняются стилем заголовков 1(кегль 16, все ПРОПИСНЫМИ буквами), названия параграфов(подразделов) – стилем

заголовков 2(кегль 16, все кроме первой –строчными).

Каждую структурную часть выпускной квалификационной работы необходимо начинать с нового листа через разрыв страницы. Разделы (главы)

должны иметь порядковую нумерацию и обозначаться арабскими цифрами с точкой в конце. Слово

«ГЛАВА» не используется, только порядковый номер раздела: 1. или 2. Введение и заключение не нумеруются.

Подразделы нумеруются арабскими цифрами в пределах каждого раздела с разделительной точкой и без точки в конце, например, 2.3 (третий подраздел второго раздела). Разделы (главы) начинаются с нового листа. Заголовки разделов печатают посередине страницы прописными буквами, а заголовки подразделов - строчными (кроме первой прописной). Переносы слов не допускаются. Точки в конце заголовков не ставят. Если заголовок

состоит из нескольких предложений, их разделяют точкой. Подчеркивать заголовки не допускается.

Список использованных источников должен содержать сведения об источниках, использованных при составлении ПЗ. Сведения об источниках приводятся в соответствии с требованиями ГОСТ 7.1–2003, ГОСТ 7.0.5–2008, ГОСТ 7.82 – 2001. Сведения об источниках следует располагать в порядке появления ссылок на источники в тексте ПЗ и нумеровать арабскими цифрами без точки и печатать с абзацного отступа.

Приложение оформляют как продолжение ВКР на последующих его листах или выпускают в виде самостоятельного документа.

В тексте ВКР на все приложения должны быть даны ссылки. Приложения располагают в порядке ссылок на них в тексте ВКР.

Каждое приложение следует начинать с новой страницы с указанием наверху посередине страницы слова «Приложение», его обозначения.

Приложение должно иметь заголовок, который записывают симметрично относительно текста с прописной буквы отдельной строкой.

Приложения обозначают заглавными буквами русского алфавита, начиная с А, за исключением букв Е, Ё, З, Й, О, Ч, Ь, Ы, Ъ. После слова «Приложение» следует буква, обозначающая его последовательность.

Допускается обозначение приложений буквами латинского алфавита, за исключением букв I и O.

В случае полного использования букв русского и латинского алфавитов допускается обозначать приложения арабскими цифрами.

Если в документе одно приложение, оно обозначается «Приложение А».

Текст каждого приложения, при необходимости, может быть разделен на разделы, подразделы, пункты, подпункты, которые нумеруют в пределах каждого приложения. Перед номером ставится обозначение этого приложения.

Приложения должны иметь общую с остальной частью документа сквозную нумерацию страниц. При необходимости такое приложение может иметь «Содержание».

3.6 Порядок выполнения выпускной квалификационной работы и подготовки текста ВКР для размещения в ЭБС

Непосредственное научное руководство осуществляется преподавателями кафедры. Допускается научное консультирование (со-руководство ВКР).

Тема будущей дипломной работы может быть предложена как самим обучающимся, так и научным руководителем. В соответствии со спецификой избранной темы обучающийся совместно с научным руководителем составляет график работы, выделяет основные направления и этапы работы. Консультации с научным руководителем проходят в индивидуальном порядке.

Предзащита дипломных работ проводится заседанием выпускающей кафедры.

ВКР выполняется обучающимся в соответствии с заданием и утвержденным графиком этапов работ. ВКР должна быть выполнена в установленном объеме не позднее срока, указанного в задании. Обучающийся должен отчитываться перед руководителем о ходе выполнения выпускной квалификационной работы, представлять выполненные разделы на проверку и утверждение консультантам и руководителю в установленные сроки.

Пояснительная записка ВКР направляется руководителю на электронную почту для проверки на объем заимствования в системе «Антиплагиат» не позднее, чем за 7 дней до начала работы государственной экзаменационной комиссии. Проверка на объем заимствования, в том числе содержательного, выявление неправомерных заимствований осуществляется в соответствии с локальным нормативным актом Университета «Положение об обеспечении самостоятельности выполнения обучающимися письменных работ на основе системы «Антиплагиат», о чем студент извещается в период выдачи задания на выполнение выпускной квалификационной работы. Студент заполняет заявление о самостоятельном характере письменной работы, согласно которому обнаружение плагиата является основанием для недопуска его к защите. Заведующий выпускающей кафедрой обеспечивает ознакомление обучающегося с отзывом руководителя не позднее, чем за 5 календарных дней до дня защиты ВКР.

4 ОСОБЕННОСТИ ПРОВЕДЕНИЯ ЗАЩИТЫ ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЫ

4.1 Особенности процедуры защиты ВКР

Особенности процедуры проведения государственной итоговой аттестации регламентируются разделом 6 локального нормативного акта СПбГУПТД «Положение о государственной итоговой аттестации по образовательным программам высшего образования».

Особенности процедуры проведения государственной итоговой аттестации регламентируются локальным нормативным актом СПбГУПТД «Положение о государственной итоговой аттестации по образовательным программам высшего образования».

Порядок защиты ВКР включает: представление и презентацию результатов защищающимся, вопросы членов комиссии и ответы на них, оглашение отзыва научного руководителя и рецензии, ответы защищающегося на замечания рецензента, краткие выступления членов комиссии, заключительное слово защищающегося.

Защита выпускной квалификационной работы проводится на открытых заседаниях государственной экзаменационной комиссии с участием не менее двух третей ее состава. Продолжительность защиты ВКР: продолжительность защиты одной ВКР — не более 30 минут. В ходе защиты председатель предоставляет каждому обучающемуся слово для краткого изложения содержания и результатов работы — не более 10 минут.

Решения ГЭК принимаются на закрытых заседаниях простым большинством голосов членов комиссии, участвующих в заседании. Председатель ГЭК имеет при голосовании в случае спорной ситуации два голоса.

Результаты защиты ВКР определяются оценками «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно» и объявляются в тот же день после оформления в установленном порядке протоколов заседаний государственных экзаменационных комиссий.

В ситуации крайней необходимости в целях защиты жизни и здоровья обучающихся, научно-педагогических работников и сотрудников, обеспечивающих проведение государственной итоговой аттестации, по решению уполномоченного должностного лица государственная итоговая аттестация может проводиться исключительно с применением дистанционных технологий.

4.2 Особенности процедуры защиты ВКР для лиц с ограниченными возможностями здоровья

Особенности проведения государственной аттестации для лиц с ограниченными возможностями здоровья регламентируются разделом 7 локального нормативного акта СПбГУПТД «Положение о государственной итоговой аттестации по образовательным программам высшего образования».

4.3 Порядок подачи и рассмотрения апелляций

Процедура апелляции по результатам государственных аттестационных испытаний регламентируется разделом 8 локального нормативного акта СПбГУПТД «Положение о государственной итоговой аттестации по образовательным программам высшего образования».

5. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЫ

5.1 Учебная литература

Автор	Заглавие	Издательство	Год издания	Ссылка
5.1.1 Основная учебная литература				
Анашкина, Н. А., Ткаченко, О. Н., Шматко, М. В.	Практическая подготовка студентов направления «Реклама и связи с общественностью»	Омск: Омский государственный технический университет	2020	http://www.iprbookshop.ru/115440.html
Дружинина, И. В., Корякина, Е. А., Руднева, Л. Н., Шевелева, Н. П.	Технико-экономическое обоснование проектов	Тюмень: Тюменский индустриальный университет	2022	https://www.iprbookshop.ru/126816.html
Епифанова, А. Г.	Продвижение дизайн-продукта в социальных сетях	Челябинск: Южно-Уральский технологический университет	2022	https://www.iprbookshop.ru/125039.html
Паллотта, В. И., Сичкар, Т. В.	Графический дизайн в рекламно-выставочной коммуникации. В 2 частях. Ч.1	Москва: Университет мировых цивилизаций имени В.В. Жириновского	2022	https://www.iprbookshop.ru/126942.html
Хамаганова К. В.	Бренд-менеджмент	Санкт-Петербург: СПбГУПТД	2023	http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=202343
Хамаганова К. В.	Основы брендинга	Санкт-Петербург: СПбГУПТД	2022	http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=202214
Базиян, Н. Р.	Реклама и PR	Москва: Юриспруденция	2018	http://www.iprbookshop.ru/86540.html
Терентьев, Ю. В.	Проектирование брендинговых кампаний	Санкт-Петербург: Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна	2020	https://www.iprbookshop.ru/118411.html

5.1.2 Дополнительная учебная литература				
Шпырня, О. В.	Выпускная квалификационная работа (бакалаврская работа)	Краснодар, Саратов: Южный институт менеджмента, Ай Пи Эр Медиа	2018	http://www.iprbookshop.ru/77958.html
Евстигнеева, Т. В.	Основы бренд-менеджмента	Ульяновск: Ульяновский государственный технический университет	2022	https://www.iprbookshop.ru/129287.html
Хамаганова К. В.	Основы брендинга	Санкт-Петербург: СПбГУПТД	2022	http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=2022115
Маркасова, О. А.	Стилистика и литературное редактирование	Новосибирск: Новосибирский государственный университет экономики и управления «НИНХ»	2018	http://www.iprbookshop.ru/87167.html
Матвеева, М. А., Молибог, В. Н.	Реклама и PR-Интернет	Симферополь: Университет экономики и управления	2018	http://www.iprbookshop.ru/86412.html
Беркун, С., Васильева, В., Герцен, К.	Дизайн всего: как появляются вещи, о которых мы не задумываемся	Москва: Альпина Паблишер	2022	https://www.iprbookshop.ru/119593.html

5.2 Перечень профессиональных баз данных и информационно-справочных систем

1. Базы данных информационного портала Restko.ru (Информационные системы рынка рекламы, маркетинга, PR – Базы рынка рекламы [Электронный ресурс]. URL: <https://www.restko.ru/>
2. Первая полоса. Маркетинг и реклама. Бизнес и инновации. [Электронный ресурс] URL: www.reklamaster.com
3. Ассоциация компаний-консультантов в области связей с общественностью [Электронный ресурс] <http://www.akospr.ru/>
4. Сетевое издание AdIndex.ru [Электронный ресурс] <https://adindex.ru/>
5. Рейтинговое издание [Электронный ресурс] <https://www.alladvertising.ru/spb/>
6. Инфраструктурная формация RUWARD [Электронный ресурс] <https://ruward.ru/group/>
7. Электронно-справочная система [Электронный ресурс]. <https://www.rusprofile.ru/>
8. Электронно-библиотечная система Znanium [Электронный ресурс]. <http://www.znaniy.com/>
9. Научная электронная библиотека eLibrary.ru [Электронный ресурс]. <http://elibrary.ru/>
10. Информационный ресурс, содержащий информацию о зарегистрированных юридических лицах и индивидуальных предпринимателях («СПАРК») [Электронный ресурс]. <http://www.spark-interfax.ru/>
11. Справочная правовая система «Консультант Плюс» [Электронный ресурс]. <http://www.consultant.ru/>
12. Справочная правовая система «ГАРАНТ» [Электронный ресурс]. <http://www.garant.ru/>
13. Электронно-библиотечная система IPRbooks [Электронный ресурс]. URL: <http://www.iprbookshop.ru/>
14. Электронная научная библиотека «КИБЕРЛЕНИНКА» [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/>
15. Электронная библиотека учебных изданий СПбГУПТД [Электронный ресурс]. URL: <http://publish.sutd.ru>
16. Электронно-библиотечная система (ЭБС) Университетская библиотека онлайн БиблиоКлуб [Электронный ресурс]. <http://www.biblioclub.ru>
17. Электронно-библиотечная система (ЭБС) на платформе издательства «Лань» [Электронный ресурс]. <http://e.lanbook.com>
18. Официальный сайт Российской государственной библиотеки [Электронный ресурс]. <https://www.rsl.ru>
19. Видеохостинг, предоставляющий пользователям услуги хранения, доставки, показа и монетизации видео YouTube [Электронный ресурс]. URL: <http://youtube.com>
20. Всероссийский центр изучения общественного мнения (ВЦИОМ) - URL: <http://wciom.ru>
21. Справочно-информационный портал «Грамота. ру». [Электронный ресурс] URL: <http://www.gramota.ru>
22. Справочно-информационный портал «Copyright.ru». [Электронный ресурс] URL: <http://www.copyright.ru>
23. Информационный портал о редактировании и редакторах «Editorium.ru». [Электронный ресурс] URL: <http://editorium.ru>
24. Сайт СНГ и Балтии по открытым методикам рекламы и PR, сайт консалтинговых фирм «ТРИЗ-ШАНС» (представлены материалы, посвященные разработке методик креатива и решению нестандартных задач в области рекламы и PR) - URL: <http://www.triz-chance.ru>

5.3 Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения

Программная система для обнаружения текстовых заимствований в учебных и научных работах «Антиплагиат.ВУЗ» версии 3.3

Microsoft Windows

Microsoft Office Professional

Adobe Photoshop

Adobe InDesign

5.4 Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Стандартно оборудованная аудитория, проектор, ноутбук

Аудитория	Оснащение
Лекционная аудитория	Мультимедийное оборудование, специализированная мебель, доска