

Документ подписан простой электронной подписью.  
Информация о владельце:  
ФИО: Ястребов Олег Александрович  
Должность: Ректор  
Дата подписания: 03.05.2026 20:28:20  
Уникальный программный ключ:  
ca953a0120d891083f939673078ef1a989dae18a

**Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования  
«Российский университет дружбы народов имени Патриса Лумумбы»**

**Институт мировой экономики и бизнеса**

(наименование основного учебного подразделения (ОУП) – разработчика ОП ВО)

## **ПРОГРАММА ГОСУДАРСТВЕННОЙ ИТОГОВОЙ АТТЕСТАЦИИ**

**Рекомендована МССН для направления подготовки/специальности:**

**42.04.01 Реклама и связи с общественностью**

(код и наименование направления подготовки/специальности)

**Государственная итоговая аттестация проводится в рамках реализации основной профессиональной образовательной программы высшего образования (ОП ВО):**

**Рекламный менеджмент**

(наименование (профиль/специализация) ОП ВО)

## 1. ЦЕЛЬ ПРОВЕДЕНИЯ И ЗАДАЧИ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ИТОГОВОЙ АТТЕСТАЦИИ (ГИА)

Целью проведения ГИА в рамках реализации ОП ВО «Рекламный менеджмент» является определение соответствия результатов освоения обучающимися ОП ВО соответствующим требованиям ФГОС ВО.

Задачами государственной итоговой аттестации являются:

- проверка качества обучения личности основным гуманитарным знаниям, естественнонаучным законам и явлениям, необходимым в профессиональной деятельности;
- определение уровня теоретической и практической подготовленности выпускника к выполнению профессиональных задач в соответствии с получаемой квалификацией;
- установление степени стремления личности к саморазвитию, повышению своей квалификации и мастерства;
- проверка сформированности у выпускника устойчивой мотивации к профессиональной деятельности в соответствии с предусмотренными ФГОС ВО типами задач профессиональной деятельности;
- оценка уровня способности выпускников находить организационно-управленческие решения в нестандартных ситуациях и готовности нести за них ответственность;
- обеспечение интеграции образования и научно-технической деятельности, повышение эффективности использования научно-технических достижений, реформирование научной сферы и стимулирование инновационной деятельности;
- обеспечение качества подготовки специалистов в соответствии с требованиями ФГОС ВО.

## 2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ОП ВО

К ГИА допускается обучающийся, не имеющий академической задолженности и в полном объеме выполнивший учебный план или индивидуальный учебный план ОП ВО.

По окончании освоения ОП ВО выпускник должен обладать следующими компетенциями:

- универсальными компетенциями (УК):

Шифр	Наименование
УК-1	Способен осуществлять поиск, критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий
УК-2	Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла
УК-3	Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели
УК-4	Способен применять современные коммуникативные технологии на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах) для академического и профессионального взаимодействия
УК-5	Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия
УК-6	Способен определить и реализовать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки
УК-7	Способен: искать нужные источники информации и данные, воспринимать, анализировать, запоминать и передавать информацию с использованием цифровых средств, а также с помощью алгоритмов при работе с полученными из различных источников данными с целью эффективного использования полученной информации для решения задач; проводить оценку информации, ее достоверность, строить логические умозаключения на основании поступающих информации и данных

- общепрофессиональными компетенциями (ОПК):

Шифр	Наименование
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

Шифр	Наименование
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
ОПК-8	Способен использовать цифровые технологии и методы в профессиональной деятельности в области рекламы и связей с общественностью для: изучения и моделирования объектов профессиональной деятельности, анализа данных, представления информации и пр.

- профессиональными компетенциями (ПК):

Шифр	Наименование
ПК-1	Способен организовать работу и руководить подразделением (предприятием) в сфере рекламы и связей с общественностью
ПК-2	Способен осуществлять проектно-аналитическую деятельность с учетом специфики профессиональной среды
ПК-3	Способен проводить научное исследование в сфере рекламы и связей с общественностью
ПК-4	Способен организовывать и проводить общепрофилактические, адресные, индивидуальные мероприятия по противодействию распространения идеологии терроризма и идей неонацизма

### 3. СОСТАВ ГИА

ГИА может проводиться как в очном формате (обучающиеся и государственная экзаменационная комиссия во время проведения ГИА находятся в РУДН), так и с использованием дистанционных образовательных технологий (ДОТ), доступных в Электронной информационно-образовательной среде РУДН (ЭИОС).

Порядок проведения ГИА в очном формате или с использованием (ДОТ) регламентируется соответствующим локальным нормативным актом РУДН.

ГИА по ОП ВО «Рекламный менеджмент» включает в себя:

- государственный экзамен (ГЭ);
- защиту выпускной квалификационной работы (ВКР).

### 4. ПРОГРАММА ГЭ

Объем ГЭ по ОП ВО составляет 3 зачетные единицы.

Государственный экзамен проводится по одной или нескольким дисциплинам и (модулям) ОП ВО, результаты освоения которых имеют определяющее значение для профессиональной деятельности выпускников.

Государственный экзамен проводится в два этапа:

Первый этап – оценка уровня теоретической подготовки выпускника в форме компьютерного

тестирования с использованием средств, доступных в Электронной информационно-образовательной среде РУДН (ЭИОС);

Второй этап – оценка практической подготовки выпускника к будущей профессиональной деятельности в форме решения производственных ситуационных задач (кейсов).

Для подготовки обучающихся к сдаче ГЭ руководитель ОП ВО (не позднее чем за один календарный месяц до начала ГИА) обязан ознакомить обучающихся выпускного курса с настоящей программой ГИА, исчерпывающим перечнем теоретических вопросов, включаемых в ГЭ, примерами производственных ситуационных задач (кейсов), которые необходимо будет решить в процессе прохождения аттестационного испытания, а также с порядком проведения каждого из этапов ГЭ и методикой оценивания его результатов (с оценочными материалами). Перед ГЭ проводится обязательное консультирование обучающихся по вопросам и задачам, включенным в программу ГЭ (предэкзаменационная консультация).

Порядок проведения компьютерного тестирования в рамках ГИА следующий:

- 1) Тест состоит из 50 заданий, охватывающих основное содержание ОП ВО;
- 2) Обучающемуся отводится не менее 2 минут для ответа на каждое задание в составе теста;
- 3) Оценка компьютерного тестирования проводится по 100-балльной шкале. При этом тестовая часть считается успешно пройденной, если обучающийся по итогам теста набрал 51 и более баллов;
- 4) Успешное прохождение обучающимся тестовой части является допуском к прохождению основной части ГЭ;
- 5) Обучающиеся, не прошедшие тестовую часть по причине неявки на испытание по неуважительной причине или в связи с получением по итогам испытания 50 и менее баллов, не допускаются к прохождению основной части ГЭ и отчисляются из Университета в установленном порядке (как не выполнившие обязанностей по добросовестному освоению ОП ВО и выполнению учебного плана).
- 6) Результаты пробных тестирований не влияют на результаты ГЭ.

Порядок проведения второго этапа ГЭ следующий:

- 1) Экзаменационный билет содержит три вопроса, имеющие, как правило, комплексный междисциплинарный и профессиональный характер, на которые необходимо дать развернутый и подробный ответ. При оценке ответа учитывается полнота знаний теорий, концепций, законов и кодексов, осмысление научно-практических аспектов проблемы, способность формулировать и обосновывать собственное видение социально-экономических процессов в жизни общества.
- 2) Не допускается включение в билет теоретических вопросов, не представленных в оценочных материалах к программе ГИА. При включении в билет практических заданий в оценочных материалах к программе ГИА приводится несколько типовых задач;
- 3) Вопросы и практические задания билета должны соответствовать профилю освоенной обучающимися ОП ВО;
- 4) Перед проведением основной части ГЭ (как правило, за 1 день, но не более чем за 3 календарных дня до экзамена) в обязательном порядке проводится консультирование обучающихся по вопросам, включаемым в билеты, и процедуре проведения ГЭ;
- 5) При проведении основной части ГЭ ГЭК допускается использование технических средств обучения и контроля, а также профессионального оборудования (в т.ч. их цифровых двойников), которые позволяют комиссии установить уровень сформированности общепрофессиональных и профессиональных компетенций у обучающихся в рамках требований ОС ВО.

Студент получает экзаменационный билет на открытом заседании ГЭК в присутствии членов ГЭК. На подготовку отводится время в пределах 1 часа. Ответ на теоретические вопросы билета должен быть письменным в формате развернутого плана-конспекта. Ответы на вопросы кейса должны иметь письменное аргументированное обоснование. Ответы на теоретические вопросы озвучиваются студентом-выпускником перед членами ГЭК.

При этом члены ГЭК вправе задавать дополнительные вопросы, имеющие непосредственное отношение к содержанию билета. Ответы на вопросы кейса проверяются членами ГЭК после окончания ответа на теоретические вопросы.

Подписанные студентом-выпускником листы ответов в обязательном порядке передаются секретарю ГЭК.

На экзамене студенты не должны иметь при себе следующие личные вещи и предметы: мобильные и другие средства дистанционной связи; электронные записные книжки, компьютерную технику и др. носители электронной информации; блокноты, бумагу, справочную и учебную литературу, личные записи, другие носители печатной информации.

При подготовке к государственному экзамену, рекомендуется использовать информационные базы

данных и онлайн-библиотеки, содержащие информацию по рекламе, PR, маркетингу и др. смежным дисциплинам, а также материалам, размещенным на сайтах профессиональных ассоциаций: АКАР, РАСО, АКОС, АКМР и др.

Во время экзамена необходимо соблюдение правил его проведения: не допускается хождение по аудитории, списывание, использования мобильных телефонов и других средств коммуникации и т.д. Использование литературы, в том числе справочной, не допускается.

При грубом нарушении правил проведения экзамена, экзаменуемый удаляется с экзамена с соответствующей отметкой в экзаменационной ведомости. В этом случае экзаменационный билет и незавершенную экзаменационную работу экзаменуемый обязан сдать секретарю ГЭК.

Итоговая оценка представляет собой сумму баллов, полученных за устный ответ на экзамене. Общая трудоемкость междисциплинарного экзамена – 3 кредита. Итоговая оценка выставляется в соответствии балльно-рейтинговой системой по 100 балльной шкале оценок. Количество баллов рассчитывается как средняя оценка всех членов ГЭК, принимающих экзамен, исходя из следующих критериев:

- ответ на 1 вопрос - max 30 баллов;
- ответ на 2 вопрос - max 30 баллов;
- ответ на 3 вопрос - max 30 баллов;
- умение принять теоретические знания на практике – max 5 баллов;
- баллы члена комиссии – max 5 баллов;

Итоговая оценка - max 100 баллов.

Содержание государственного экзамена

Блок 1. Общие вопросы для направления 42.04.01 Реклама и связи с общественностью

1. Трансформация маркетинговых коммуникаций в современном мире.
2. Мировой коммуникационный рынок: особенности, состояние, динамика.
3. Медиарынок и современные подходы к его изучению.
4. Преимущества и недостатки основных видов маркетинговых коммуникаций.
5. Сравнительный анализ PR и рекламы.
6. Экономические кризисы в России: влияние на коммуникационный рынок.
7. Цифровая трансформация коммуникаций сущность и основные тренды.
8. Классификация аудиторий современных маркетинговых коммуникаций.
9. Теория поколений и ее применение в маркетинговых коммуникациях.
10. Нестандартные маркетинговые коммуникации: сильные и слабые стороны.
11. Вирусные коммуникации и особенности ее использования в различных коммуникационных средах.
12. Product Placement в офлайн и онлайн коммуникациях.
13. Стратегии и тактики переговорного процесса.
14. Использование невербальных средств в коммуникациях.
15. Цифровой маркетинг (Digital Marketing): определение, каналы и инструменты.
16. Основные тренды цифровых маркетинговых коммуникаций. Маркетинг 3.0. Маркетинг 4.0.
17. Эффективный веб-сайт для B2B и B2C сегментов.
18. Поисковая оптимизация веб-сайта (SEO).
19. Основы поискового маркетинга (SEM).
20. SMM: сущность и инструменты.
21. Трансформация социальных сетей в современном мире.
22. Контекстная и поисковая реклама: сущность и форматы.
23. Платформы для мобильного маркетинга: мобильные сайты и приложения.
24. Эволюция медиа. Трансформации медиа в цифровой среде.
25. Медиаконтент: виды и особенности производства контента.

Блок 2. Вопросы для направления 42.04.01 Реклама и связи с общественностью, профиль «Рекламный менеджмент»

1. Роль рекламы в интегрированных маркетинговых коммуникациях.
2. Маркетинговые и рекламные цели бизнеса.
3. Влияние процессов глобализации на состояние медиарынка.
4. Основные показатели развития медиарекламных рынков.
5. Брендинг: коммуникационные аспекты.
6. Физическая и эмоциональная платформа бренда.

7. Коммуникационная идея бренда.
8. Интегрированные коммуникации в брендинге.
9. Международный бренд и брендинг.
10. Проблемы стандартизации и адаптации в брендинге и рекламе.
11. Формирование медиамикса рекламной кампании: количественные и качественные факторы.
12. Особенности использования в медиамиксе основных СМИ.
13. Основные функциональные обязанности современного медиаменеджера.
14. Медиапланирование: стратегии и тактики.
15. Рекламное агентство как субъект рекламного рынка: классификация и современные особенности.
16. Организационная структура рекламного агентства.
17. Роль креативных агентств на рекламном рынке
18. Роль медиаагентств на рекламном рынке.
19. Производственная составляющая в работе рекламного агентства.
20. Проблемы потребительской лояльности, методы ее формирования.
21. Основные виды маркетинговых исследований.
22. Основные этапы проведения маркетинговых исследований на B2B и B2C рынках.
23. Исследование эффективности рекламы: актуальные методы.
24. Медиаизмерения в России и за рубежом: виды и субъекты.
25. Традиционные и новые медиа: понятия и виды.

Блок 3. Примеры типовых практических заданий для направления 42.04.01 Реклама и связи с общественностью, профиль «Рекламный менеджмент».

1. Предложите, как с помощью образовательного контента можно обратить внимание школьников на программу ИМЭБ РУДН «Реклама и связи с общественностью». Составьте план действий в офлайне и онлайн.
2. Небольшое национальное кафе с умеренными ценами на территории кампуса РУДН хочет привлечь новую аудиторию – внешних посетителей не из университета. Предложите программу продвижения с ограниченным бюджетом, сделав упор на локальные офлайн инструменты и на диджитал продвижение.
3. Крупному рекламному portalу учредители дали задание заинтересовать студенческую аудиторию, чтобы превратить молодежь в активных посетителей portalа. Предложите, что можно включить в программу такого привлечения на 6 месяцев
4. Составьте штатное расписание и распишите служебные обязанности для нового коммуникационного отдела дилера азиатского автомобильного бренда, вышедшего на рынок России на волне ограничений экспорта автомобилей из Европы.
5. Гостиница 4 звезды, открывшаяся на побережье озера Байкал, в условиях сворачивания международного туризма планирует привлечь респектабельную аудиторию со всей России. Выберите ATL и BTL-инструменты, которые помогут решить эту задачу, обоснуйте свой выбор.

Оценивание результатов ГЭ проводится в соответствии с методикой, изложенной в оценочных материалах к программе ГИА, разрабатываемых выпускающим БУП и размещаемых в ТУИС до начала учебного года выпускного курса.

## **5. ТРЕБОВАНИЯ К ВКР И ПОРЯДОК ЕЁ ЗАЩИТЫ**

Объем ВКР по ОП ВО составляет 6 зачетных единиц.

ВКР представляет собой выполненную обучающимся (несколькими обучающимися совместно) работу, демонстрирующую уровень подготовленности выпускника к самостоятельной профессиональной деятельности.

Перечень тем выпускных квалификационных работ, предлагаемых обучающимся к выполнению, утверждается распоряжением руководителя ОУП, реализующего ОП ВО, и доводится руководителем программы до сведения обучающихся выпускного курса не позднее чем за 6 месяцев до даты начала ГИА.

Допускается подготовка и защита ВКР по теме, предложенной обучающимся (обучающимися), в установленном порядке.

К защите ВКР допускается обучающийся, сдавший ГЭ.

К защите допускается только полностью законченная ВКР, подписанная выпускником

(выпускниками), её выполнившим, руководителем, консультантом (при наличии), руководителем выпускающего БУП и ОУП, прошедшая процедуру внешнего рецензирования (для магистратуры и специалитета обязательно) и проверку на объём заимствований (в системе «Антиплагиат»). К ВКР, допущенной до защиты, в обязательном порядке прикладывается отзыв руководителя о работе выпускника при подготовке ВКР.

С целью выявления и своевременного устранения недостатков в структуре, содержании и оформлении ВКР, не позднее чем за 14 дней до даты её защиты, проводится репетиция защиты обучающимися своей работы (предзащита) в присутствии руководителя ВКР и других преподавателей выпускающего БУП.

Защита ВКР проводится на открытом заседании государственной экзаменационной комиссии (ГЭК).

Аттестационное испытание проводится в виде устного доклада обучающихся с обязательной мультимедийной (графической) презентацией, отражающей основное содержание ВКР.

По завершению доклада защищающиеся дают устные ответы на вопросы, возникшие у членов ГЭК по тематике, структуре, содержанию или оформлению ВКР и профилю ОП ВО. Доклад и/или ответы на вопросы членов ГЭК могут быть на иностранном языке.

Этапы выполнения ВКР, требования к структуре, объёму, содержанию и оформлению, а также перечень обязательных и рекомендуемых документов, представляемых к защите указаны в соответствующих методических указаниях.

Оценивание результатов ВКР проводится в соответствии с методикой, изложенной в оценочных материалах к программе ГИА, разрабатываемых выпускающим БУП и размещаемых в ТУИС до начала учебного года выпускного курса.

## **6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРОВЕДЕНИЯ ГИА**

Заседания состава Государственных экзаменационных комиссий проводятся в мультимедийных аудиториях экономического факультета.

Ауд. 154, Моноблок Lenovo AIO-510-22ISH Intel I5 2200 MHz/8 GB/1000 GB/DVD/audio, монитор 21", Мультимедиа проектор Casio XJ-S400UN, Мультимедиа проектор Casio XJ-V100W, Проекционный экран GEHA 244\*244, Экран с электропроводом Draper 203\*1, Акустическая система Defender Mercury 35 MkII, Телевизор Philips, MS Windows 10 64bit, Microsoft Office 2021, 7-Zip, FastStone Image Viewer, FreeCommander, Adobe Reader, K-Lite Codec Pack

Ауд. 156, Моноблок Netra I272/16 GB/512 GB/audio, монитор 27"- 21 шт., Мультимедиа проектор Cactus CSC4.SG, Экран моторизованный Digis Electra 200\*150 Dsem-4303, MS Windows 10 64bit, Microsoft Office 2016, Microsoft Project 2016, Expert Systems, Корпорация Галактика, SAP, Смета - стройофис, Система БЭСТ-ОФИС, SPSS for Windows, 7-Zip, FastStone Image Viewer, FreeCommander, Adobe Reader, K-Lite Codec Pack

## **7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ГИА**

*Основная литература:*

1. Баранова Е. А. Медиаменеджмент. Теория и практика : учебное пособие для вузов / Е. А. Баранова. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 132 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-18302-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/534744>

2. Голубкова Е. Н. Интегрированные маркетинговые коммуникации : учебник и практикум для вузов / Е. Н. Голубкова. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 363 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-04357-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/535995>

3. Дзялошинский И. М. Современный медиатекст. Особенности создания и функционирования : учебник для вузов / И. М. Дзялошинский, М. А. Пильгун. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 345 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11621-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/542211>

4. Домнин В. Н. Брендинг : учебник и практикум для вузов / В. Н. Домнин. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 555 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-20975-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/559113>

5. Карпова С. В. Рекламное дело : учебник и практикум для вузов / С. В. Карпова. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 344 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-19800-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/557155>

6. Лобанова Н. М. Эффективность информационных технологий : учебник и практикум для вузов / Н. М. Лобанова, Н. Ф. Алтухова. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 237 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00222-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/536253>

7. Синяева И. М. Реклама и связи с общественностью : учебник для вузов / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, Д. А. Жильцов. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 453 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-19115-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/555976>

*Дополнительная литература:*

1. Абрамов В. С. Стратегический менеджмент в 2 ч. Часть 1. Сущность и содержание: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / В. С. Абрамов, С. В. Абрамов ; под ред. В. С. Абрамова. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 270 с. Режим доступа: [www.biblio-online.ru/book/7402B3EF-9CC9-4B59-91C1-A614DF864325](http://www.biblio-online.ru/book/7402B3EF-9CC9-4B59-91C1-A614DF864325)

2. Грицкевич Ю. Н. Современный медиадискурс : учебное пособие для вузов / Ю. Н. Грицкевич. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 57 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-18263-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/534638>

3. Душкина М. Р. Психология рекламы и связей с общественностью в маркетинге : учебник для вузов / М. Р. Душкина. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 259 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12786-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/543309>

4. Зельдович Б. З. Медиаменеджмент : учебник для вузов / Б. З. Зельдович. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 293 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11729-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/542662>

5. Зобов А.М. Маркетинг : учебное пособие / А.М. Зобов, Е.А. Дегтерева, А.М. Чернышева. - Электронные текстовые данные. - Москва : РУДН, 2021. - 358 с. : ил. - ISBN 978-5-209-10409-4 : 283.38. Режим доступа: <https://lib.rudn.ru/MegaPro/Download/MObject/8931>

6. Коноваленко М. Ю. Деловые коммуникации : учебник и практикум для вузов / М. Ю. Коноваленко. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 396 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-20144-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/559993>

7. Красовская Н. В. Событийный маркетинг : учебное пособие для вузов / Н. В. Красовская. — 3-е изд., испр. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 116 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-18674-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/518856>

8. Логунцова И. В. Маркетинг территорий : учебник для вузов / И. В. Логунцова, И. В. Малькова. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 160 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-18653-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/560304>

9. Малькевич А. А. Организация и проведение кампаний в сфере связей с общественностью : учебное пособие для вузов / А. А. Малькевич. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 127 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-17564-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/533340>

10. Моргачева И. Н. Контент-маркетинг : учебное пособие для вузов / И. Н. Моргачева. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 94 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-21349-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/569767>

11. Потапов Ю. А. Современная пресс-служба : учебник для вузов / Ю. А. Потапов, О. В. Тепляков. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 358 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-18185-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/534505>

12. Хуссейн И. Д. Цифровые маркетинговые коммуникации : учебное пособие для вузов / И. Д. Хуссейн. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 68 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15010-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/544594>

13. Чумиков А.Н. Реклама и связи с общественностью. Имидж, репутация, бренд : учебное пособие для студентов вузов / А.Н. Чумиков. - 2-е изд., испр. и доп. ; Электронные текстовые данные. - М. : Аспект Пресс, 2014, 2016, 2017. - 159 с. - (Учебник нового поколения). - ISBN 978-5-7567-0717-5. - ISBN 978-5-7567-0819-6 : 220.00. Режим доступа: <https://lib.rudn.ru/MegaPro/Download/MObject/3546>  
*Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:*

1. ЭБС РУДН и сторонние ЭБС, к которым студенты университета имеют доступ на основании заключенных договоров

- ЭБС «Университетская библиотека онлайн» <http://www.biblioclub.ru>
- ЭБС Юрайт <http://www.biblio-online.ru>
- ЭБС «Консультант студента» [www.studentlibrary.ru](http://www.studentlibrary.ru)
- ЭБС «Лань» <http://e.lanbook.com/>

2. Базы данных и поисковые системы

- электронный фонд правовой и нормативно-технической документации <http://docs.cntd.ru/>
- поисковая система Яндекс <https://www.yandex.ru/>
- поисковая система Google <https://www.google.ru/>
- реферативная база данных SCOPUS <http://www.elsevier.com/locate/scopus/>

*Учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся при подготовке к сдаче ГЭ и/или выполнении ВКР и подготовке работы к защите \*:*

1. Методические указания по выполнению и оформлению ВКР по ОП ВО «Рекламный менеджмент».

2. Порядок проверки ВКР на объём заимствований в системе «Антиплагиат».

3. Порядок проведения ГИА по ОП ВО «Рекламный менеджмент» с использованием ДОТ, в т.ч. процедура идентификации личности выпускника.

\* - все учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся размещаются в соответствии с действующим порядком на странице ГИА в ТУИС!

**РУКОВОДИТЕЛЬ БУП**

Заведующий кафедрой

---

Должность

**РУКОВОДИТЕЛЬ ОП ВО**

Заведующий кафедрой

---

Должность

Трубникова Н.В.

---

Фамилия И.О

Трубникова Н.В.

---

Фамилия И.О