

Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение
высшего образования

**«ФИНАНСОВЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ПРИ ПРАВИТЕЛЬСТВЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»
(Финансовый университет)**

**Департамент массовых коммуникаций и медиабизнеса
Факультета социальных наук и массовых коммуникаций**

Программа государственной итоговой аттестации

для студентов, обучающихся по направлению подготовки
42.04.01 Реклама и связи с общественностью,
направленность программы магистратуры «Медиабизнес»

*Одобрено Советом учебно-научного
Департамента массовых коммуникаций и медиабизнеса
Факультета социальных наук и массовых коммуникаций
(протокол № 08 от 17 мая 2021 г.)*

Москва 2021

Перечень компетенций, подлежащих оценке в ходе государственной итоговой аттестации

Код и наименование компетенции	Форма государственной итоговой аттестации, в рамках которой проверяется сформированность компетенции
1	2
Универсальные компетенции и индикаторы их достижения	
Системное и критическое мышление	
Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, выработать стратегию действий (УК-1)	Государственный экзамен
Разработка и реализация проектов	
Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла (УК-2)	Выпускная квалификационная работа
Командная работа и лидерство	
Способен организовывать и руководить работой команды, выработывая командную стратегию для достижения поставленной цели (УК-3)	Выпускная квалификационная работа
Коммуникация	
Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия (УК-4)	Государственный экзамен / Выпускная квалификационная работа
Межкультурное взаимодействие	
Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия (УК-5)	Государственный экзамен
Самоорганизация и саморазвитие (в том числе здоровьесбережение)	
Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки (УК-6)	Выпускная квалификационная работа
Общепрофессиональные компетенции направления	
Продукт профессиональной деятельности	
Способен планировать, организовывать и координировать процесс создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, отслеживать и учитывать изменение норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем (ОПК-1)	Государственный экзамен

Общество и государство	
Способен анализировать основные тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах (ОПК-2)	Государственный экзамен / Выпускная квалификационная работа
Культура	
Способен анализировать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов (ОПК-3)	Государственный экзамен
Аудитория	
Способен анализировать потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты (ОПК-4)	Выпускная квалификационная работа
Медиакоммуникационная система	
Способен для принятия профессиональных решений анализировать актуальные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования (ОПК-5)	Государственный экзамен / Выпускная квалификационная работа
Технологии	
Способен отбирать и внедрять в процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии (ОПК-6)	Государственный экзамен
Эффекты	
Способен оценивать и прогнозировать возможные эффекты в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности (ОПК-7)	Государственный экзамен / Выпускная квалификационная работа
Профессиональные компетенции	
Способность определить коммуникационную стратегию и порядок ее реализации в сфере медиабизнеса (ПК-1)	Государственный экзамен / Выпускная квалификационная работа
Способность разрабатывать инновационные решения для стратегического развития предприятия и отрасли (ПК-2)	Выпускная квалификационная работа
Способность использовать цифровые коммуникации для реализации коммуникационной стратегии (ПК-3)	Государственный экзамен / Выпускная квалификационная работа
Способность осуществлять описание и распределение функций, полномочий и ответственности на основе организационного проектирования системы и процессов управления персоналом в сфере медиабизнеса (ПК-4)	Государственный экзамен
Способность выстроить взаимодействие с акторами информационного поля: экспертным сообществом,	Выпускная квалификационная работа

потребителями, партнерами, клиентами (ПК-5)	
Способность консультировать по вопросам рыночных и социальных исследований, планирования и организации кампаний и мероприятий в области рекламы и связей с общественностью, управления деятельностью (ПК-6)	Государственный экзамен / Выпускная квалификационная работа

Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение
высшего образования

**«ФИНАНСОВЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ПРИ ПРАВИТЕЛЬСТВЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»
(Финансовый университет)**

**Департамент массовых коммуникаций и медиабизнеса
Факультета социальных наук и массовых коммуникаций**

УТВЕРЖДАЮ

Ректор

_____ М.А. Эскиндаров

« 26 » __мая__ 2021 г.

Молодцов И.Н.

Программа государственного экзамена

для студентов, обучающихся по направлению подготовки
42.04.01 Реклама и связи с общественностью,
направленность программы магистратуры «Медиабизнес»

*Рекомендовано Ученым советом
Факультета социальных наук и массовых коммуникаций
(протокол № 09 от 18 мая 2021 г.)*

*Одобрено Советом учебно-научного
Департамента массовых коммуникаций и медиабизнеса
Факультета социальных наук и массовых коммуникаций
(протокол № 08 от 17 мая 2021 г.)*

Москва 2021

Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение
высшего образования

**«ФИНАНСОВЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ПРИ ПРАВИТЕЛЬСТВЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»
(Финансовый университет)**

**Департамент массовых коммуникаций и медиабизнеса
Факультета социальных наук и массовых коммуникаций**

Молодцов И.Н.

Программа государственного экзамена

для студентов, обучающихся по направлению подготовки
42.04.01 Реклама и связи с общественностью,
направленность программы магистратуры «Медиабизнес»

Москва 2021

УДК 378.244.6
ББК 60.842я73
М75

Рецензент: Кафтан В.В., профессор, профессор Департамента массовых коммуникаций и медиабизнеса Факультета социальных наук и массовых коммуникаций.

Молодцов И.Н. Программа государственного экзамена для студентов, обучающихся по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью, направленность программы магистратуры «Медиабизнес». М.: Финансовый университет, 2021. – 22 с.

Программа государственного экзамена для студентов, обучающихся по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью, направленность программы магистратуры «Медиабизнес» включает перечень рекомендуемой литературы для подготовки к государственному экзамену, примеры практико-ориентированных заданий, рекомендации обучающимся по подготовке к государственному экзамену, критерии оценки результатов сдачи государственного экзамена.

Программа государственного экзамена
для студентов, обучающихся по направлению подготовки
42.04.01 Реклама и связи с общественностью,
направленность программы магистратуры «Медиабизнес»

Учебное издание

Молодцов И.Н.

ПРОГРАММА ГОСУДАРСТВЕННОГО ЭКЗАМЕНА

Компьютерный набор, верстка Молодцов И.Н.
Формат 60x90/17. Гарнитура *Times New Roman*

Отпечатано в Финансовом университете

© Молодцов И.Н. 2021
© Финансовый университет, 2021

СОДЕРЖАНИЕ

1. Перечень вопросов, выносимых на государственный экзамен. Перечень рекомендуемой литературы для подготовки к государственному экзамену.....	9
2. Примеры практико-ориентированных заданий.....	22
3. Рекомендации обучающимся по подготовке к государственному экзамену.....	23
4. Критерии оценки результатов сдачи государственных экзаменов.....	24

1. Перечень вопросов, выносимых на государственный экзамен Перечень рекомендуемой литературы для подготовки к государственному экзамену

Вопросы, выносимые на государственный экзамен, на основе содержания общепрофессиональных и профессиональных дисциплин направления подготовки

1. Понятие информации, массовой информации, массовых коммуникаций, медиа.
2. Основные формы коммуникации. Устная и письменная речь как формы коммуникации.
3. Медианосители и их роль в усложнении государственных типов устройства.
4. Концепция информационного (цифрового) капитализма и интерпретация явлений и тенденций интернета Кристианом Фуксом.
5. Модель диффузии инноваций как коммуникационный процесс.
6. Традиционные бизнес-модели медиа (дистрибуционная и рекламная).
7. Создание новых платформ и медиапространство.
8. Цифровые каналы дистрибуции.
9. Экосистемный подход в развитии новых медиа.
10. Современные модели монетизации медиа и их влияние на экосистемы.
11. Способы «упаковки» контента в мультимедийной редакции.
12. Информационные технологии в управлении предприятием.
13. Функции и обязанности креаторов.
14. Функции и обязанности административно-технической части.
15. Использование больших данных на платформах.
16. Характеристика механизма формирования интегрированных корпоративных структур в отечественной экономике.
17. Медиа холдинги в экономике России.
18. Корпоративная структура медиабизнеса.
19. Особенности и тенденции развития российской модели корпоративного управления в сфере медиабизнеса.

20. Органы корпоративного управления медиаструктур.
21. Понятие «независимый директор» и его роль в медиабизнесе.
22. Роль профсоюзов в развитии корпоративных норм поведения персонала и регулировании трудовых аспектов деятельности.
23. Социальные проекты медиаструктур.
24. Особенности правового регулирования медиабизнеса.
25. Правовой статус рекламодателя, рекламодателя, рекламодателя, рекламопроизводителя.
26. Правовой статус средств массовой информации.
27. Регулирование рекламы в социальных сетях.
28. Объекты интеллектуальной собственности, возникающие при создании рекламных материалов.
29. Правовое регулирование различных видов рекламных спецпроектов.
30. Правовые риски и особенности рекламных коллабораций с блогерами.
31. Правовое разграничение технической и творческой работы.
32. Учет в массмедиа: виды, различия и взаимосвязи.
33. Принципы формирования форм отчетности.
34. Особенности оценки доходов и расходов в современных медиа.
35. Особенности финансового моделирования в современных медиа.
36. Управленческий учет в современных медиа.
37. Основы бюджетирования в современных медиа.
38. Формирование бюджета подразделения современных медиа: выручка, затраты.
39. Финансовый и корпоративный контроль в современных медиа.
40. Стратегическое и оперативное планирование в современных медиа.
41. Массмедиа и их влияние на потребительское поведение.
42. Суть, функции и задачи коммерческой службы.
43. Модели монетизации медиа.
44. Особенности продаж на телевидении.
45. Использование медиа измерений в печатных изданиях.

46. Виды агентств в зависимости от структуры (креативные, стратегические, баинговые, технологические).
47. Целевая аудитория медиаплатформ.
48. Медиаизмерения в продажах.
49. Анализ конкурентного окружения.
50. Сегментация рынка, мониторинг рекламы, определение релевантных рекламодателей.

Перечень рекомендуемой литературы для подготовки к государственному экзамену

Основная литература

1. Зельдович, Б. З. Медиаменеджмент : учебник для вузов / Б. З. Зельдович. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 293 с. — (Высшее образование). — Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/476217> (дата обращения: 22.10.2021). — Текст : электронный.
2. Мандель, Б. Р. PR: методы работы со средствами массовой информации : учебное пособие / Б.Р. Мандель. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Вузовский учебник : ИНФРА-М, 2020. — 238 с. - (Специалисты, бакалавры, магистры). - ЭБС ZNANIUM.com. - URL: <http://znanium.com/catalog/product/1068911> (дата обращения: 22.10.2021). — Текст : электронный.
- 3.1. Музыкант, В. Л. Основы интегрированных коммуникаций: теория и современные практики в 2 ч. Часть 1. Стратегии, эффективный брендинг : учебник и практикум для вузов / В. Л. Музыкант. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 475 с. — (Высшее образование). — Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/477307> (дата обращения: 25.10.2021). — Текст : электронный.
- 3.2. Музыкант, В. Л. Основы интегрированных коммуникаций: теория и

современные практики в 2 ч. Часть 2. SMM, рынок M&A : учебник и практикум для вузов / В. Л. Музыкант. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 507 с. — (Высшее образование). — Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/477312> (дата обращения: 25.10.2021). — Текст : электронный

4. Мультимедийная журналистика: учебник для вузов / А.Г. Качкаева, С.А. Шомова, А.А. Мирошниченко [и др.] ; под общ. ред. А.Г. Качкаевой, С.А. Шомовой. — Москва : Издательский дом Высшей школы экономики, 2017. — 417 с. : схем. — (Учебники Высшей школы экономики). — ЭБС Университетская библиотека online. - URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=471761> (дата обращения: 22.10.2021). — Текст : электронный.

Дополнительная литература

5. Асмолова, М. Л. Финансы для нефинансистов : учебное пособие / М.Л. Асмолова. — 2-е изд. — Москва : РИОР : ИНФРА-М, 2020. — 154 с. — (Президентская программа подготовки управленческих кадров). — DOI: <https://doi.org/10.12737/14649>. — ЭБС ZNANIUM.com. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1078770> (дата обращения: 25.10.2021). - Текст : электронный.

6. Веснин, В.Р. Корпоративное управление: учебник для студентов вузов, обучающихся по направлению подготовки "Менеджмент" (квалификация (степень) "магистр") / В.Р. Веснин, В.В. Кафидов. - Москва: Инфра-М, 2021. - 272 с. - (Высшее образование: Магистратура). - Текст : непосредственный. — То же. — ЭБС ZNANIUM.com. — URL: <https://znanium.com/catalog/product/1167876> (дата обращения: 22.10.2021). — Текст : электронный.

7. Кияев, В. Информационные технологии в управлении предприятием / В. Кияев, О. Граничин. — 2-е изд., исправ. — Москва : Национальный Открытый Университет «ИНТУИТ», 2016. — 506 с. : ил. — ЭБС Университетская

библиотека online. - URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=578055>
(дата обращения: 22.10.2021). – Текст : электронный.

8. Портер, М. Конкурентное преимущество: Как достичь высокого результата и обеспечить его устойчивость: пер. с англ. / М. Портер. -- 4-е изд. - Москва: Альпина Бизнес Букс, 2016. - 715 с. - Текст: непосредственный. - То же. - 2016. - ЭБС Alpina Digital. - URL: <https://finunivers.alpinadigital.ru/book/8932>; ЭБС ZNANIUM.com. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/615259> (дата обращения: 22.10.2021). — Текст : электронный.

9. Кибанов, А. Я. Управление персоналом организации: стратегия, маркетинг, интернационализация : учебное пособие / А.Я. Кибанов, И.Б. Дуракова. — Москва : ИНФРА-М, 2020. — 301 с. — (Высшее образование: Магистратура). — ЭБС ZNANIUM.com. — URL: <https://znanium.com/catalog/product/1067540> (дата обращения: 22.10.2021). - Текст : электронный.

10. Управление человеческими ресурсами организации: учебник для направлений магистратуры "Управление персоналом", "Менеджмент", "Государственное и муниципальное управление", "Экономика" / Ю.Г. Одегов, К.Х. Абдурахманов, Л.С. Бабынина [и др.]; Финуниверситет [и др.] ; под ред. Ю.Г. Одегова, М.В. Полевой, В.С. Половинко. - Москва: Кнорус, 2021. - 584 с. - Магистратура. - Текст : непосредственный. – То же. – 2021. – ЭБС BOOK.ru. - URL: <https://book.ru/book/936564> (дата обращения: 22.10.2021). – Текст : электронный.

Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

Электронные ресурсы БИК:

- Электронная библиотека Финансового университета (ЭБ) <http://elib.fa.ru/>
- Электронно-библиотечная система BOOK.RU <http://www.book.ru>

- Электронно-библиотечная система «Университетская библиотека ОНЛАЙН» <http://biblioclub.ru/>
- Электронно-библиотечная система Znanium <http://www.znanium.com>
- Электронно-библиотечная система издательства «ЮРАЙТ» <https://urait.ru/>
- Электронно-библиотечная система издательства «Лань» <https://e.lanbook.com/>
- Электронно-библиотечная система издательства Проспект <http://ebs.prospekt.org/books>
- Деловая онлайн-библиотека Alpina Digital <http://lib.alpinadigital.ru/>
- Электронная библиотека Издательского дома «Гребенников» <https://grebennikon.ru/>
- Научная электронная библиотека eLibrary.ru <http://elibrary.ru>
- Национальная электронная библиотека <http://нэб.рф/>
- Academic Reference <http://ar.cnki.net/ACADREF>
- Пакет баз данных компании EBSCO Publishing, крупнейшего агрегатора научных ресурсов ведущих издательств мира <http://search.ebscohost.com>
- Электронные продукты издательства Elsevier <http://www.sciencedirect.com>
- Emerald: Management eJournal Portfolio <https://www.emerald.com/insight/>
- Oxford Scholarship Online <https://oxford.universitypressscholarship.com/>
- Коллекция научных журналов Oxford University Press <https://academic.oup.com/journals/>
- ProQuest: База данных Business Ebook Subscription на платформе Ebook Central <https://search.proquest.com/>
- ProQuest Dissertations & Theses A&I <https://search.proquest.com/>
- Scopus <https://www.scopus.com>
- Электронная коллекция книг издательства Springer: Springer eBooks <http://link.springer.com/>

- Видеотека учебных фильмов «Решение» (тематические коллекции «Менеджмент», «Маркетинг. Коммерция. Логистика», «Юриспруденция», «Управление персоналом», «Психология управления» <http://eduvideo.online/>
- Web of Science <http://apps.webofknowledge.com>
- Цифровой архив научных журналов: <http://arch.neicon.ru/xmlui/>
 - Annual Reviews
 - Cambridge University Press
 - The Institute of Physics (IOP) Publishing
 - Nature
 - Oxford University Press
 - Royal Society of Chemistry
 - SAGE Publications
 - Science
 - Taylor & Francis Group

Вопросы, выносимые на государственный экзамен, на основе содержания дисциплин направленности программы магистратуры

1. Контент: понятие и формы.
2. Структура оформления контента.
3. Особенности производства -видео, -аудио и текстового контента.
4. Определение редакционной политики: темы и сферы интересов.
5. Интеграция рекламных проектов на примере статей, роликов, инфографики, интервью.
6. Сегрегация рынка и аудитории Telegram: политика, медиа и pr, экономика, новости и др.
7. Производство контента для Youtube.
8. Продвижение и продажи в Instagram: прямая реклама, обзоры и таргетинг.
9. Функционал журналистов, креаторов и административно-технической части.

10. Форматы работы с инфлюенсерами: взаимоподдержка, прямая реклама, обзор, партнерские мероприятия, рассылка.
11. «Новые медиа»: различия в подходах к определению и тренды развития.
12. Условия возникновения и развития новых форматов медиа.
13. Social value и интерактивность.
14. Экосистемный подход в развитии новых медиа.
15. Метрики измерения новых медиа.
16. Традиционные бизнес-модели медиа (дистрибуционная и рекламная).
17. Интернет-сервисы социальных сетей как тип средств массовой информации.
18. Создание новых платформ и медиапространство.
19. Эволюция медиа в самостоятельные платформы.
20. Базовые модели дистрибуции (розничная, подписная, бесплатная).
21. Роботизированный и авторский виды цифровой дистрибуции.
22. Современные модели монетизации медиа и их влияние на экосистемы.
23. Особенности производства контента для разных платформ.
24. Корпоративные информационные системы. Информационные технологии предприятий.
25. Использование больших данных на платформах.
26. Синдикативные исследования: определение, особенности метода, список исследований, специфика данных, решаемые задачи.
27. Российский индекс целевых групп: история, особенности метода.
28. Возможности и ограничения Data Science, сферы применения.
29. Основные определения, объекты и цели медиаисследований аудитории радио.
30. Глобальные и стратегические исследования в области СМИ: Ipsos Trust, Global Trends.
31. Современные модели монетизации медиа и их влияние на потенциальные сообщества.

32. Альтернативные и традиционные источники выручки в медиа как основа выживания медиа брендов.
33. Планирование бюджета: анализ окупаемости и расходов, поиск способов монетизации сообщества.
34. Теории «человеческих отношений» в управлении персоналом.
35. Основные вопросы кадрового планирования в медиа.
36. Организация обучения персонала: цели, задачи, формы.
37. Рыночные и нерыночные бизнес-модели в медиа индустрии.
38. Принципы и методы построения бизнес-моделей.
39. Субъекты рынка, особенности ценообразования в производстве и дистрибуции контента.
40. Защита медиаактивов от рыночных и нерыночных рисков.
41. Способы привлечения капитала в медиапроекты.
42. Объекты рыночного обмена на медиарынках.
43. Жизненный цикл отрасли и отраслевого рынка.
44. Процессы слияния и поглощения медиакомпаний.
45. Влияние финансово-экономических кризисов на российские медиарынки.
46. Нормы антимонопольного законодательства по регулированию медиабизнеса.
47. Этапы анализа большого объема данных при подготовке материала.
48. Особенности журналистского расследования в печатных СМИ, на ТВ и в Интернет-изданиях.
49. Особенности написания расследовательского текста.
50. Защита источников информации.

Перечень рекомендуемой литературы для подготовки к государственному экзамену

Нормативные правовые акты

1. Международный Кодекс практики маркетинговых и социологических исследований ESOMAR (European Society Of Opinion and Market Research -

Европейского общества исследований общественного мнения и рынка) и ИСС (Международная торговая палата)

2. Федеральный закон РФ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» от 27.07.2006 № 149-ФЗ.

Основная литература

1. 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, 2021. — 345 с. — (Высшее образование). — Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/475753> (дата обращения: 22.10.2021). — Текст : электронный.

2. Кирия, И.В. История и теория медиа: учебник для вузов / И.В. Кирия, А.А. Новикова. – Москва : Издательский дом Высшей школы экономики, 2020. – 424 с. : ил. – (Учебники Высшей школы экономики). – ЭБС Университетская библиотека online. - URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=471753> (дата обращения: 12.01.2021). – Текст : электронный.

3. Осипова, Е.А. Аксиологические основания теории связей с общественностью: Монография: Дополнительное профессиональное образование / Е.А. Осипова; Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова. - Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2016. - 228 с. – ЭБС ZNANIUM.com. – URL: <https://znanium.com/catalog/product/524403> (дата обращения: 20.01.2021). – Текст : электронный.

Дополнительная литература

4. Бузин, В. Н. Медиапланирование. Теория и практика: Учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям "Реклама", "Маркетинг", "Психология", "Социология", "Журналистика": / В.Н. Бузин, Т.С. Бузина - Москва: Издательство "ЮНИТИ-ДАНА", 2017. - 495 с. – ЭБС

ZNANIUM.com. – URL: <https://znanium.com/catalog/product/1028523> (дата обращения: 22.01.2021). – Текст : электронный.

5. Дзялошинский, И. М. Профессиональная этика журналиста : учебник и практикум для вузов / И. М. Дзялошинский. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 412 с. — (Высшее образование). — Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/470028> (дата обращения: 22.10.2021). — Текст : электронный.

6. Еременко К. Работа с данными в любой сфере, используя аналитику. Как выйти на новый уровень, используя аналитику. – Москва : Альпина Паблишер, 2019. – ЭБС Alpina Digital. –URL : <https://finunivers.alpinadigital.ru/book/19316> (дата обращения: 22.10.2021). - Текст : электронный.

7. Кастельс, М. Власть коммуникации=Communication Power: учебное пособие: / М. Кастельс; под науч. ред. А.И. Черных; пер. с англ. Н.М. Тылевич, А.А. Архиповой. – 3-е изд. – Москва: Издательский дом Высшей школы экономики, 2020. – 592 с.: ил. – (Переводные учебники ВШЭ). – ЭБС Университетская библиотека online. - URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=600848> (дата обращения: 22.10.2021). – Текст: электронный.

8. Макаревич, Ю.О. Event-технологии как основной инструмент позиционирования бизнеса в регионе : учебное пособие / Ю.О. Макаревич . — Москва : Русайнс, 2021. — 121 с. — ЭБС BOOK.ru. - URL: <https://book.ru/book/938310> (дата обращения: 20.01.2021). — Текст : электронный.

9. Мухаев, Р. Т. Медиаполитика : учебник / Р.Т. Мухаев. — Москва : ИНФРА-М, 2020. — 401 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — DOI 10.12737/textbook_5cf8f5af56a078.64918831. - ЭБС ZNANIUM.com. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1082451> (дата обращения: 22.10.2021). - Текст : электронный.

10. Пашоликов, М. С. Управление событиями. Стратегия. Тактика.

Практика : руководство / М.С. Пашоликов. - Санкт-Петербург: РГПУ им. А. И. Герцена, 2019. - 52 с. – ЭБС Лань. - URL: <https://e.lanbook.com/book/136678> (дата обращения: 25.10.2021). – Текст : электронный.

11. Розанова, Н. М. Корпоративное управление : учебник для вузов / Н. М. Розанова. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 339 с. — (Высшее образование). — Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/469602> (дата обращения: 25.10.2021). — Текст : электронный.

12. Шарков, Ф. И. Интегрированные коммуникации: Массовые коммуникации и медиапланирование : учебник / Ф. И. Шарков, В. Н. Бузин ; под общ. ред. проф. Ф. И. Шаркова. — Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2018. - 486 с. - ЭБС ZNANIUM.com. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1093675> (дата обращения: 25.10.2021). - Текст : электронный.

13. Интернет-маркетинг : учебник для вузов / О. Н. Жильцова [и др.] ; под общей редакцией О. Н. Жильцовой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 335 с. — (Высшее образование). — Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/468966> (дата обращения: 25.10.2021). — Текст : электронный.

Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

Электронные ресурсы БИК:

- Электронная библиотека Финансового университета (ЭБ) <http://elib.fa.ru/>
- Электронно-библиотечная система BOOK.RU <http://www.book.ru>
- Электронно-библиотечная система «Университетская библиотека ОНЛАЙН» <http://biblioclub.ru/>
- Электронно-библиотечная система Znanium <http://www.znanium.com>

- Электронно-библиотечная система издательства «ЮРАЙТ»
<https://urait.ru/>
- Электронно-библиотечная система издательства «Лань»
<https://e.lanbook.com/>
- Электронно-библиотечная система издательства Проспект
<http://ebs.prospekt.org/books>
- Деловая онлайн-библиотека Alpina Digital <http://lib.alpinadigital.ru/>
- Электронная библиотека Издательского дома «Гребенников»
<https://grebennikon.ru/>
- Научная электронная библиотека eLibrary.ru <http://elibrary.ru>
- Национальная электронная библиотека <http://нэб.рф/>
- Academic Reference <http://ar.cnki.net/ACADREF>
- Пакет баз данных компании EBSCO Publishing, крупнейшего агрегатора научных ресурсов ведущих издательств мира <http://search.ebscohost.com>
- Электронные продукты издательства Elsevier
<http://www.sciencedirect.com>
- Emerald: Management eJournal Portfolio <https://www.emerald.com/insight/>
- Oxford Scholarship Online <https://oxford.universitypressscholarship.com/>
- Коллекция научных журналов Oxford University Press
<https://academic.oup.com/journals/>
- ProQuest: База данных Business Ebook Subscription на платформе Ebook Central <https://search.proquest.com/>
- ProQuest Dissertations & Theses A&I <https://search.proquest.com/>
- Scopus <https://www.scopus.com>
- Электронная коллекция книг издательства Springer: Springer eBooks
<http://link.springer.com/>
- Видеотека учебных фильмов «Решение» (тематические коллекции «Менеджмент», «Маркетинг. Коммерция. Логистика», «Юриспруденция», «Управление персоналом», «Психология

управления» <http://eduvideo.online/>

- Web of Science <http://apps.webofknowledge.com>
- Цифровой архив научных журналов: <http://arch.neicon.ru/xmlui/>
 - Annual Reviews
 - Cambridge University Press
 - The Institute of Physics (IOP) Publishing
 - Nature
 - Oxford University Press
 - Royal Society of Chemistry
 - SAGE Publications
 - Science
 - Taylor & Francis Group

2. Примеры практико-ориентированных заданий

Задание 1.

Проанализируйте динамику развития деятельности Федерального Собрания РФ для создания актуального контента медиапродуктов, востребованного целевой аудиторией.

Задание 2.

Проанализируйте тенденции развития семьи в современном обществе для оказания воздействия на вектор их эволюции с помощью социально одобряемых технологий.

Задание 3.

Соотнесите специфические задачи теоретического обоснования и коммуникационного продвижения новаторского медийного контента с перечнем возможных коммуникационных подходов. Перечень задач составляется на основании анализа текущей повестки дня в России и мире.

Задание 4.

Разработайте коммуникационную концепцию продвижения продукта международной корпорации в различных регионах мира, учитывая местную специфику.

Задание 5.

Опишите возможные подходы к планированию выручки.

Задание 6.

Раскройте конкурентные преимущества отдельных видов медиа.

Задание 7.

Проведите анализ макроэкономических тенденций и сделайте прогноз развития фондового рынка.

Задание 8.

Проанализируйте инвестиционную привлекательность компании на основе анализа основных показателей ее деятельности, инвестиционных показателей за последние 3 года.

Задание 9.

Проанализируйте отрасль, в которой действует выбранная компания, сделайте прогноз развития отрасли.

3. Рекомендации обучающимся по подготовке к государственному экзамену

Подготовку к сдаче государственного экзамена необходимо начать с ознакомления с перечнем вопросов, выносимых на государственный экзамен. Пользуйтесь при подготовке ответов рекомендованной обязательной и дополнительной литературой, а также лекционными конспектами, которые вы составляли.

Во время подготовки к экзамену рекомендуется помимо лекционного материала, учебников, рекомендованной литературы просмотреть также

выполненные в процессе обучения задания для индивидуальной и самостоятельной работы, задачи, курсовые работы.

При подготовке целесообразно делать выписки и записи на отдельных листах бумаги с пометкой номера вопроса или темы.

При необходимости в процессе подготовки ответа на вопросы необходимо отмечать изменения, которые произошли в законодательстве, увязывать теоретические проблемы с практикой сегодняшнего дня и опытом, полученным в период прохождения практики.

В случае возникновения трудностей при подготовке к государственному экзамену обращайтесь к преподавателю за соответствующими разъяснениями. Обязательным является посещение консультаций и обзорных лекций, которые проводятся перед государственным экзаменом.

4. Критерии оценки результатов сдачи государственных экзаменов

Критерии оценки знаний выпускников в ходе ответов на теоретические вопросы

Оценка по итогам сдачи государственного экзамена учитывает качество ответов на теоретические вопросы и выполнения практико-ориентированного задания.

Критерии оценки знаний выпускников в ходе ответов на теоретические вопросы:

«Отлично» (5 баллов) за ответ на теоретический вопрос экзаменационного билета ставится, если студент глубоко и полно раскрывает теоретические и практические аспекты вопроса, проявляет творческий подход к его изложению, и демонстрирует дискуссионность данной проблематики, а также глубоко и полно раскрывает дополнительные вопросы.

Оценка за ответ на теоретический вопрос экзаменационного билета снижается, если студент недостаточно полно освещает узловые моменты вопроса, затрудняется более глубоко обосновать те или иные положения, а

также затрудняется ответить на дополнительные вопросы по данной проблематике.

«Удовлетворительно» (3 балла) за ответ на теоретический вопрос экзаменационного билета ставится, если студент не раскрывает основных моментов вопроса, логика изложения нарушена, ответы не всегда конкретны.

Оценка «неудовлетворительно» (2 балла) выставляется в случае, если материал излагается непоследовательно, не аргументировано, бессистемно, ответы на вопросы выявили несоответствие уровня знаний выпускника требованиям ФГОС ВО в части формируемых компетенций, а также профессиональным компетенциям, установленным вузом.

Критерии оценки умений выпускников в ходе решения практико-ориентированных заданий:

«отлично» (5 баллов) ставится, если выпускник полностью справился с выполнением практико-ориентированного задания, обосновал полученные результаты;

количество баллов снижается, если комплексное профессионально-ориентированное задание выполнено, но допускаются неточности в обосновании результатов;

«удовлетворительно» (3 балла) ставится, если практико-ориентированное задание, в основном, выполнено, намечен правильный ход решения, но допущены ошибки в процессе подсчетов, расчетов и неверно сформулированных выводов;

оценка «неудовлетворительно» (2 балла) выставляется в случае, если отсутствует ответ на практико-ориентированное задание, либо нет решения, что означает несоответствие уровня подготовки выпускника требованиям к результатам освоения образовательной программы, включая дополнительные профессиональные компетенции, формируемые вузом.

Перед процедурой обсуждения ответов экзаменуемых, каждый член государственной экзаменационной комиссии выставляет свою персональную

оценку для каждого студента, используя сумму баллов, полученную после заполнения листа оценки студента.

Далее государственная экзаменационная комиссия рассматривает каждого выпускника отдельно: итоговая оценка представляет среднее арифметическое от суммы оценок, выставленных каждым членом комиссии.

Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение
высшего образования

**«ФИНАНСОВЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ПРИ ПРАВИТЕЛЬСТВЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»
(Финансовый университет)**

**Департамент массовых коммуникаций и медиабизнеса
Факультета социальных наук и массовых коммуникаций**

И.Н. Молодцов

**Методические рекомендации по подготовке и защите выпускной
квалификационной работы по программе магистратуры**

для студентов, обучающихся по направлению подготовки
42.04.01 Реклама и связи с общественностью,
направленность программы магистратуры «Медиабизнес»

*Одобрено Советом учебно-научного
Департамента массовых коммуникаций и медиабизнеса
Факультета социальных наук и массовых коммуникаций
(протокол № 08 от 17 мая 2021 г.)*

Москва 2021

Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение
высшего образования

**«ФИНАНСОВЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ПРИ ПРАВИТЕЛЬСТВЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»
(Финансовый университет)**

**Департамент массовых коммуникаций и медиабизнеса
Факультета социальных наук и массовых коммуникаций**

И.Н. Молодцов

**Методические рекомендации по подготовке и защите выпускной
квалификационной работы по программе магистратуры**

для студентов, обучающихся по направлению подготовки
42.04.01 Реклама и связи с общественностью,
направленность программы магистратуры «Медиабизнес»

Москва 2021

УДК 378.244.6(073)
ББК 60.842я73
М75

Рецензент: Гавров С.Н., профессор, профессор Департамента массовых коммуникаций и медиабизнеса Факультета социальных наук и массовых коммуникаций.

Молодцов И.Н.

Методические рекомендации по подготовке и защите выпускной квалификационной работы по программе магистратуры. Для студентов, обучающихся по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью, направленность программы магистратуры «Медиабизнес». - М.: Финансовый университет, 2021. - 33 с.

Методические рекомендации по подготовке и защите выпускной квалификационной работы для студентов, обучающихся по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью, направленность программы магистратуры «Медиабизнес», соответствуют требованиям Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по данному направлению.

Методические рекомендации содержат общие требования к содержанию выпускной квалификационной работы, уровню научного раскрытия ее темы, примерный перечень указанных тем. Отдельно раскрыты регламенты выбора и закрепления темы выпускной квалификационной работы, промежуточной отчетности по ней, а также размещения на электронных ресурсах Финансового университета. Представлены требования к порядку презентации и защиты выпускных квалификационных работ. В содержание рекомендаций включены конкретные примеры решения научных и организационных задач при подготовке выпускной квалификационной работы.

Учебное издание

Молодцов Игорь Николаевич

Методические рекомендации по подготовке и защите выпускной квалификационной работы по программе магистратуры

Компьютерный набор, верстка: И.Н. Молодцов

Формат 60x90/16. Гарнитура *Times New Roman*

Усл. п.л. 2,1. Изд. № - 2021. Тираж 30 экз.

Отпечатано в Финансовом университете

© Молодцов И.Н., 2021

© Финансовый университет, 2021

Содержание

1. Общие положения.....	31
2. Определение темы ВКР.....	36
3. Руководство и контроль подготовки ВКР.....	38
4. Структура и содержание ВКР.....	42
5. Порядок подготовки ВКР.....	43
6. Требования к оформлению ВКР.....	44
7. Правила подготовки к защите ВКР.....	46
8. Критерии оценки ВКР.....	49
Приложения.....	52

1. Общие положения

1.1. Наименование направления подготовки и направленности программы магистратуры.

Направление подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью, направленность программы магистратуры «Медиабизнес».

1.2. Планируемые результаты освоения программы магистратуры в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования – магистратура по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденным приказом Министерства образования и науки РФ (Минобрнауки России) от 08.06.2017 № 528.

Код и наименование компетенции	Описание индикаторов достижения универсальных компетенций	Результаты обучения (владения, умения и знания), соотнесенные с компетенциями/индикаторами достижения компетенции
Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла (УК-2)	1. Применяет основные инструменты планирования проекта, в частности, формирует иерархическую структуру работ, расписание проекта, необходимые ресурсы, стоимость и бюджет, планирует закупки, коммуникации, качество и управление рисками проекта и др.	Знать: основные инструменты планирования проекта; уметь: применять основные инструменты планирования проекта (формирование иерархической структуры, расписания проекта, стоимости и бюджета, планирование закупок, коммуникаций, управление рисками проекта).
	2. Осуществляет руководство исполнителями проекта, применяет инструменты контроля содержания и управления изменениями в проекте, реализует мероприятия по обеспечению ресурсами, распределению информации, подготовке отчетов, мониторингу и управлению сроками, стоимостью, качеством и рисками проекта.	Знать: особенности управления исполнителями проекта, инструменты контроля содержания и управления изменениями в проекте; пути реализации мероприятий по обеспечению ресурсами, распределению информации, подготовке отчетов, мониторингу и управлению сроками, стоимостью, качеством и рисками проекта уметь: осуществлять руководство исполнителями проекта, применять инструменты контроля содержания и управления изменениями в проекте, реализовывать мероприятия.

Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели (УК-3)	1. Организовывает работу в команде, ставит цели командной работы.	Знать: особенности информационного сопровождения коммуникативных мероприятий, средства и технологии проведения; уметь: подготавливать планы эффективного сопровождения коммуникативных мероприятий в составе профессиональной группы
	2. Вырабатывает командную стратегию для достижения поставленной цели на основе задач и методов их решения.	Знать: методы и способы разработки командных стратегий для достижения поставленных целей и задач; уметь: вырабатывать командную стратегию для достижения поставленной цели на основе задач и методов их решения
	3. Принимает ответственность за принятые организационно-управленческие решения.	Знать: регламент и меру ответственности за принятые организационно-управленческие решения; уметь: принимать ответственность за организационно-управленческие решения.
Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах) для академического и профессионального взаимодействия (УК-4)	1. Использует коммуникативные технологии, включая современные, для академического и профессионального взаимодействия.	Знать: методы и технологии научной и профессиональной коммуникации на государственном и иностранных языках; уметь: следовать основным нормам, принятым в научном общении на государственном и иностранных языках; вести корректную профессиональную дискуссию
	2. Общается на иностранном языке в сфере профессиональной деятельности и в научной среде в письменной и устной форме.	Знать: принятую научную и профессиональную терминологию; характеристику различных форм представления результатов научной и профессиональной деятельности: текстовые работы, устные выступления, презентации; уметь: принимать участие в дискуссии на иностранном языке по научным и профессиональным проблемам; обосновывать и отстаивать свою точку зрения.
	3. Выступает на иностранном языке с научными докладами / презентациями, представляет научные результаты на конференциях и симпозиумах; участвует в научных дискуссиях и дебатах.	Знать: стилистические особенности представления результатов научной деятельности в устной и письменной форме на государственном и иностранных языках; уметь: использовать знание иностранного языка в профессиональной и научной деятельности.
	4. Демонстрирует владение научным речевым этикетом, основами риторики на иностранном языке, навыками	Знать: правила научного и профессионального речевого этикета, основы риторики на иностранном языке; уметь: составлять аннотации, рефераты и

	написания научных статей на иностранном языке.	писать тезисы и/или статьи, выступления, рецензии на иностранном языке.
	5. Работает со специальной иностранной литературой и документацией на иностранном языке.	Знать: принципы работы со специальной литературой и документацией на иностранном языке, каналы доступа к таким материалам; уметь: собирать, обобщать и представлять информацию об осуществлении и результатах своей профессиональной деятельности.
Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки (УК-6)	1. Объективно оценивает свои возможности и требования различных социальных ситуаций, принимает решения в соответствии с данной оценкой и требованиями.	Знать: возможности и требования различных социальных ситуаций; Уметь: объективно оценивать возможности и учитывать требования различных социальных ситуаций,
	2. Актуализирует свой личностный потенциал, внутренние источники роста и развития собственной деятельности.	Знать: личностный потенциал, внутренние источники роста и развития и способы их актуализации; уметь: актуализировать личностный потенциал, внутренние источники роста и развития деятельности.
	3. Определяет приоритеты собственной деятельности в соответствии с важностью задач.	Знать: приоритеты собственной деятельности; уметь: определять приоритеты деятельности, исходя из важности задач.
	4. Определяет и демонстрирует методы повышения эффективности собственной деятельности.	Знать: методы повышения эффективности собственной деятельности; уметь: применять методы повышения эффективности собственной деятельности.
Способен анализировать основные тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах (ОПК-2)	1. Мониторит динамику развития общественных и государственных институтов для создания актуального контента медиапродуктов, востребованного целевой аудиторией.	Знать: методы мониторинга динамики развития общественных и государственных институтов; потребности целевой аудитории; уметь: создавать актуальный контент медиапродуктов, востребованный целевой аудиторией с учетом динамики развития общественных и государственных институтов.
	2. Прогнозирует тенденции развития общественных и государственных институтов для оказания воздействия на вектор их эволюции с помощью социально одобряемых технологий.	Знать: тенденции развития общественных и государственных институтов; уметь: определять тенденции развития общественных и государственных институтов для оказания воздействия на вектор их эволюции с помощью социально одобряемых технологий.
Способен анализировать потребности	1. Отвечает на запросы и потребности аудитории в соответствии с ее ожиданиями.	Знать: запросы и потребности аудитории; уметь: отвечать на запросы и потребности аудитории в соответствии с ее

общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты (ОПК-4)		ожиданиями.
	2. Ориентируется в профессиональной деятельности на существующие потребительские предпочтения, формирует новые потребительские предпочтения.	Знать: существующие потребительские предпочтения, способы формирования новых потребительских предпочтений; уметь: формировать новые потребительские предпочтения, ориентироваться на существующие потребительские предпочтения.
Способен для принятия профессиональных решений анализировать актуальные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования (ОПК-5)	1. Использует в профессиональной деятельности особенности структуры и функционирования медиакоммуникационных систем региона, страны и мира.	Знать: особенности структуры и функционирования медиакоммуникационных систем региона, страны и мира; уметь: использовать особенности структуры и функционирования медиакоммуникационных систем региона, страны и мира в профессиональной деятельности.
	2. Учитывает формальные и неформальные институты экономической, политической, социальной, культурной сферы, влияющие на регулирование медиакоммуникационных систем разного уровня.	Знать: формальные и неформальные институты экономической, политической, социальной, культурной сферы; уметь: учитывать формальные и неформальные институты, влияющие на регулирование медиакоммуникационных систем разного уровня.
Способен оценивать и прогнозировать возможные эффекты в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности (ОПК-7)	1. Учитывает индивидуальную и коллективную ответственность перед обществом за результаты профессиональной деятельности в соответствии с существующими правовыми и моральными нормами.	Знать: правовые и моральные нормы в контексте профессиональной деятельности; уметь: выстраивать стратегию социальной ответственности.
	2. Следует кодексу профессиональной этики, регулирующие способы достижения целей социально одобряемыми методами.	Знать: профессиональные этические кодексы; уметь: реализовывать профессиональную деятельность в рамках существующей профессиональной этики, принятой на уровне кодексов.
Способность определить коммуникационную стратегию и порядок ее реализации в сфере медиабизнеса	1. Таргетирует коммуникационную кампанию в соответствии с требованиями медиарынка.	Знать: требованиями медиарынка для таргетирования коммуникационной кампании; уметь: таргетировать коммуникационную кампанию.
	2. Разрабатывает стратегию интегрированных коммуникаций	Знать: требованиями медиарынка для разработки стратеги интегрированных

(ПК-1)	в соответствии с требованиями медиарынка.	коммуникаций; уметь: разрабатывать стратегию интегрированных коммуникаций.
	3. Контролирует обратную связь в коммуникации и своевременно изменяет коммуникационные стратегии в зависимости от реакции основных целевых аудиторий.	Знать: коммуникационные стратегии, способы контроля обратной связи в коммуникации; уметь: контролировать обратную связь в коммуникации, изменять коммуникационные стратегии в зависимости от реакции основных целевых аудиторий.
	4. Применяет стратегию сотрудничества с другими членами команды в проектной работе для достижения поставленной цели, эффективно участвует в обмене информацией, знаниями, опытом, и презентации результатов работы.	Знать: стратегию сотрудничества с членами команды в проектной работе; уметь: применять стратегию сотрудничества с членами команды в проектной работе, эффективно участвует в обмене информацией, знаниями, опытом, и презентации результатов работы.
Способность разрабатывать инновационные решения для стратегического развития предприятия и отрасли (ПК-2)	1. Разрабатывает инновационные решения для стратегического развития деятельности в сфере медиабизнеса.	Знать: существующий опыт решений стратегического развития в сфере медиабизнеса; уметь: стратегически планировать профессиональную деятельность в сфере медиабизнеса.
	2. Разрабатывает инновационные решения, адаптированные к специфике стратегического развития предприятия и отрасли.	Знать: специфику стратегического развития предприятия и отрасли; уметь: разрабатывать инновационные решения, адаптированные к специфике стратегического развития предприятия и отрасли.
Способность использовать цифровые коммуникации для реализации коммуникационной стратегии (ПК-3)	1. Использует цифровые и мобильные коммуникации с целью реализации коммуникационной стратегии.	Знать: особенности построения цифровых коммуникаций и их эффективность при реализации коммуникационной стратегии; уметь: реализовывать коммуникационную стратегию с использованием цифровых и мобильных коммуникаций.
	2. Адаптирует цифровые коммуникации к стратегическим целям.	Знать: способы и пути адаптации цифровых коммуникаций к стратегическим целям; уметь: адаптировать цифровые коммуникации к стратегическим целям.
Способность выстроить взаимодействие с акторами информационного поля: экспертным сообществом,	1. Конструирует сети и каналы взаимодействия с экспертным, сообществом, потребителями, партнерами, клиентами.	Знать: способы конструирования сетей и каналов взаимодействия с экспертным сообществом, потребителями, партнерами, клиентами; уметь: конструировать сети и каналы взаимодействия.

потребителями, партнерами, клиентами (ПК-5)	2. Осуществляет эффективную коммуникацию с акторами информационного поля.	Знать: методы и способы осуществления эффективной коммуникации; уметь: осуществлять эффективную коммуникацию с акторами информационного поля.
Способность консультировать по вопросам рыночных и социальных исследований, планирования и организации кампаний и мероприятий в области рекламы и связей с общественностью, управления деятельностью (ПК-6)	1. Демонстрирует знание методов количественного и качественного исследования социума, медиаполя, работы с большими данными информации для анализа общественных связей, прогнозирует краткосрочные и долгосрочные риски и возможности общественного диалога.	Знать: методы количественного и качественного исследования социума, медиаполя, работы с большими данными информации для анализа общественных связей; уметь: прогнозировать краткосрочные и долгосрочные риски и возможности общественного диалога.
	2. Использует сложившиеся алгоритмы создания кампаний для разработки и предложения собственных идей и оценки предложенных заказчиком мероприятий кампаний.	Знать: алгоритмы создания рекламных и пиар-кампаний; уметь: генерировать идеи, касающиеся разработки кампании исходя из предложений заказчика.
	3. Находит информацию в открытых источниках о текущей ситуации в конкретной социальной сфере, классифицирует ее по степени важности и достоверности.	Знать: способы получения информации в открытом доступе с использованием современных коммуникативных технологий; уметь: искать информацию в открытых источниках о текущей ситуации в конкретной социальной сфере, классифицировать ее по степени важности и достоверности.

2. Определение темы ВКР

2.1. Сроки определения тем ВКР Департаментом массовых коммуникаций и медиабизнеса.

Перечень тем ВКР по каждой программе магистратуры (не менее 20 наименований) ежегодно формируется руководителем программы магистратуры до 15 мая, утверждается на заседании совета Департамента массовых коммуникаций и медиабизнеса до 30 июня для размещения на информационно-образовательном портале Финансового университета.

2.2. Сроки формулировки темы ВКР обучающимся.

Обучающийся первого курса выбирает тему ВКР из размещенного на информационно-образовательном портале перечня тем ВКР или

формулирует ее самостоятельно в срок не позднее 30 октября путем подачи письменного заявления о закреплении темы ВКР на имя руководителя программы магистратуры по форме согласно приложению А.

Департамент массовых коммуникаций и медиабизнеса осуществляет закрепление тем за руководителями ВКР в соответствии с их научными интересами и нормами времени для расчета объема учебной работы профессорско-преподавательского состава.

2.3. Сроки закрепления темы ВКР и руководителя за обучающимся.

Заявление о закреплении темы ВКР, согласованной с потенциальным руководителем ВКР и руководителем программы магистратуры, передается не позднее 30 ноября обучающимся в Департамент массовых коммуникаций и медиабизнеса.

Руководитель Департамента массовых коммуникаций и медиабизнеса готовит проект приказа о закреплении за обучающимися руководителей ВКР с указанием тем ВКР и согласовывает его с деканом Факультета социальных наук и массовых коммуникаций до 15 декабря текущего года.

Руководители ВКР (при необходимости – консультанты из числа профессорско-преподавательского состава других департаментов или кафедр Финансового университета) и темы ВКР закрепляются за обучающимися первого курса приказом Финансового университета не позднее 30 декабря.

2.4. Сроки изменения (уточнения) темы ВКР.

Изменение темы ВКР в исключительных случаях возможно не позднее, чем за два месяца, а уточнение темы – не позднее, чем за один месяц до предполагаемой даты защиты ВКР, на основании согласованного с руководителем ВКР и руководителем магистратуры личного заявления обучающегося, составленного на имя руководителя Департамента массовых коммуникаций и медиабизнеса с обоснованием причины корректировки.

Изменение или уточнение темы оформляется приказом Финансового университета.

Закрепленная приказом тема ВКР отражается в индивидуальном плане

работы обучающегося на информационно-образовательном портале.

3. Руководство и контроль подготовки ВКР

3.1. Обязанности руководителя ВКР.

Руководитель ВКР обязан:

консультировать обучающегося в соответствии с графиком подготовки ВКР;

выдавать задание на подготовку ВКР по форме согласно приложению Б не позднее одного месяца с даты издания приказа о закреплении тем и руководителей ВКР за обучающимися; к коллективной ВКР прилагаются несколько индивидуальных заданий по числу обучающихся, осуществляющих совместную разработку темы;

консультировать обучающегося по подготовке плана ВКР, по подбору источников и информационных баз данных, теоретического и практического материала, выбору методики исследования;

оказывать помощь при составлении и заполнении индивидуальной программы работы обучающегося на информационно-образовательном портале, контролировать выполнение заданий индивидуального плана работы и проставлять баллы за их выполнение на информационно-образовательном портале;

давать рекомендации по участию в научных конференциях, семинарах и других научных мероприятиях;

информировать служебной запиской руководителя Департамента массовых коммуникаций и медиабизнеса, а также руководство Факультета социальных наук и массовых коммуникаций в случае несоблюдения обучающимися графика подготовки ВКР для применения мер воздействия, предусмотренных Правилами внутреннего трудового и внутреннего распорядка обучающихся¹;

¹ Правила внутреннего распорядка обучающихся Финансового университета (Утверждены Приказом Финансового университета от 15.07.2013 № 1335/о «Об утверждении Правил внутреннего трудового и

осуществлять контроль за качеством выполнения и сроками подготовки ВКР в соответствии с индивидуальным планом работы обучающихся;

принимать решение о готовности ВКР и размещении ее обучающимся на информационно-образовательном портале;

информировать служебной запиской руководителя Департамента массовых коммуникаций и медиабизнеса о неготовности ВКР, в том числе и к размещению на информационно-образовательном пространстве;

представить письменный отзыв о работе обучающегося в период подготовки ВКР по форме согласно приложению В; в случае выполнения одной ВКР несколькими обучающимися, руководитель ВКР представляет отзыв о совместной работе обучающихся в период подготовки ВКР, учитывая индивидуальный вклад каждого обучающегося; при наличии практического внедрения справки оформляются также на каждого обучающегося индивидуально, с указанием конкретных элементов работы, получивших внедрение;

разместить отзыв на ВКР на информационно-образовательном портале;

оказать консультационную и методическую помощь обучаемому при подготовке презентации и доклада;

присутствовать на защите ВКР при условии, если он не задействован в аудиторной работе со студентами.

3.2. Обязанности консультанта.

Консультант обязан:

оказывать консультационную помощь обучающемуся в выборе методики исследования, в подборе источников и информационных баз данных, теоретического и практического материала в части консультируемого вопроса;

давать рекомендации в части содержания консультируемого вопроса.

3.3. Обязанности обучающегося.

При подготовке ВКР обучающийся обязан:

вести научно-исследовательскую работу в соответствии с индивидуальным планом работы, заданиями руководителя ВКР и руководителя научно-исследовательского семинара;

своевременно заполнять и вести индивидуальный план работы в личном кабинете на информационно-образовательном портале;

разработать и согласовать с руководителем план подготовки ВКР;

систематически работать над ВКР в соответствии с установленными Департаментом массовых коммуникаций и медиабизнеса сроками и требованиями. Использовать методические рекомендации Департамента массовых коммуникаций и медиабизнеса;

регулярно общаться с руководителем ВКР (и консультантом при наличии) и информировать его о проделанной работе;

представить ВКР в установленные сроки.

3.4. Условия замены руководителя ВКР.

Допускается замена руководителя ВКР в следующем порядке и правилам:

если замена руководителя ВКР происходит в случае кадровых изменений или неудовлетворительной оценки работы руководителя с обучающимся, полученной по результатам его заслушивания на заседании Департамента массовых коммуникаций и медиабизнеса, согласие обучающегося не требуется;

замена руководителя ВКР по другим причинам допускается с согласия обучающегося, подтвержденного его заявлением, согласованным с руководителем программы магистратуры, составленного на имя руководителя Департамента массовых коммуникаций и медиабизнеса с обоснованием причин замены.

Замена руководителя ВКР осуществляется приказом Финансового университета о замене руководителя ВКР и отражается на информационно-

образовательном портале и индивидуальном плане работы обучающегося. Проект приказа готовит руководитель Департамента массовых коммуникаций и медиабизнеса и согласовывает с деканом Факультета социальных наук и массовых коммуникаций.

3.5. Требования к отзыву руководителя.

В отзыве руководителя о работе обучающегося в период подготовки ВКР отражаются: а) актуальность темы, полнота обзора отечественной и зарубежной научной литературы по теме исследования; б) оценка законченности и полноты проведенного исследования, достоверности полученных результатов, их соответствие поставленным целям и задачам; в) характеристика использования в работе современных методов научных исследований, математического и статистического инструментария, моделирования, расчетов, пакетов специальных прикладных программ, баз данных и т.п.; г) степень самостоятельности (доля (%) заимствований в ВКР и корректность оформления заимствованного текста); е) оригинальность идей и практическая значимость полученных результатов (наличие научных выводов, теоретический и практический вклад автора в решение проблемной ситуации); ж) апробация основных положений и результатов работы, в т.ч. подготовка научных публикаций по теме исследования, участие с докладом в научной/научно-практической конференции, наличие справки о внедрении, участие студента в грантах, Госзадании и т.п.; з) уровень (пороговый, продвинутый, высокий) сформированности компетенций, продемонстрированный в ходе работы над ВКР; и) недостатки в работе обучающегося в период подготовки ВКР.

В завершении отзыва руководитель делает вывод о соответствии (несоответствии) ВКР требованиям, предъявляемым к ВКР, а также о том, может ли (не может) ВКР быть рекомендована к защите на заседании ГЭК.

3.6. Требования к рецензии.

В письменной рецензии оценивается: актуальность темы, самостоятельность подхода к ее раскрытию (наличие собственной точки

зрения автора); соответствие выводов поставленным целям и задачам; умение пользоваться современными методами сбора и обработки информации; наличие практических рекомендаций и возможностей реализации полученных результатов; достоинства и недостатки работы.

В заключении текста рецензии рецензент излагает свою точку зрения об общем уровне ВКР и оценивает ее по критериям «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

4. Структура и содержание ВКР

4.1. В ВКР должны быть следующие разделы: титульный лист; оглавление; введение; основная часть, структурированная на главы и параграфы; заключение; список использованных источников; приложения.

4.2. Каждый из разделов ВКР оформляется в соответствии с установленными требованиями.

Во *введении* обосновывается актуальность темы ВКР, степень научной разработанности выбранной темы, определяется ее цель, формулируются задачи, указываются предмет и объект исследования, гипотеза исследования (при наличии), описывается информационная база, раскрываются методы научного исследования, обязательно отражается теоретическая и практическая значимость работы.

Структура и содержание глав работы разрабатывается обучающимися в соответствии с планом ВКР.

Заключение как самостоятельный раздел ВКР содержит краткий обзор основных аналитических выводов проведенного исследования и описание полученных в ходе него результатов. В заключении должны быть представлены: общие выводы по результатам работы; предложения по использованию результатов работы, возможности внедрения разработанных предложений (указывается наличие справки о внедрении, если имеется); возможные направления дальнейшего научного исследования проблемы.

Список использованных источников содержит нормативные

документы, литературные источники, базы данных, интернет-ссылки и другие материалы, которые обучающийся непосредственно использовал (цитировал) или которые были им изучены при подготовке ВКР (не менее 60 наименований).

4.3. Объем работы, которая готовится одним студентом, должна составлять не менее 80 и не более 100 страниц без учета приложений.

Для коллективной ВКР объем работы составляет 150 – 200 страниц без учета приложений.

5. Порядок подготовки ВКР

5.1. Требование проверки ВКР в системе «Антиплагиат. ВУЗ».

Руководитель ВКР в обязательном порядке проверяет представленную работу в системе «Антиплагиат. ВУЗ» и корректность оформления заимствований, выявленных в результате проверки.

В случае выявления заимствований в объеме более 15% руководитель ВКР проводит анализ текста на соблюдение норм правомерного заимствования² и принимает решение о правомерности использования заимствованного текста в ВКР. Экспертная оценка уровня авторского текста в ВКР отражается в письменном отзыве руководителя ВКР.

В случае выявления факта неправомерного заимствования при подготовке ВКР работа возвращается руководителем ВКР обучающемуся на доработку.

5.2. Порядок и сроки размещения электронной версии ВКР на информационно-образовательном портале.

Обучающийся обязан разместить с разрешения руководителя ВКР подготовленную и оформленную в соответствии с методическими рекомендациями Департамента массовых коммуникаций и медиабизнеса текст ВКР в электронном виде на информационно-образовательном портале.

² Правомерное заимствование - использование части нужного текста с обязательным указанием (ссылкой) на истинного автора и источник заимствования (см.: О плагиате в диссертациях на соискание ученой степени. - 2-е издание, переработанное и дополненное. - М.: МИИ, 2015. - С. 16).

Размещение производится не позднее 10-ти календарных дней до начала государственной итоговой аттестации согласно календарному графику, ежегодно утверждаемому приказом об организации учебного процесса.

5.3. Порядок и сроки представления ВКР на бумажном носителе.

ВКР в распечатанном и переплетенном виде, соответствующем электронной версии, размещенной на информационно-образовательном портале, подписывается обучающимся, руководителем ВКР, консультантом (при наличии).

Эта ВКР на бумажном носителе представляется обучающимся вместе с:

- 1) письменным разрешением обучающегося на размещение ВКР на ИОП;
- 2) отзывом руководителя ВКР;
- 3) рецензией и
- 4) отчетом о проверке на заимствования по системе «Антиплагиат» в Департамент массовых коммуникаций и медиабизнеса не позднее 5-ти календарных дней до даты защиты ВКР.

5.4. Условия допуска обучающегося к защите ВКР.

К защите ВКР допускаются обучающиеся, не имеющие академической задолженности и в полном объеме выполнившие учебный план или индивидуальный учебный план по соответствующей образовательной программе высшего образования - программе магистратуры, успешно сдавшие государственный экзамен или отсутствовавшие на государственном экзамене по уважительной причине.

6. Требования к оформлению ВКР

6.1. ВКР оформляется в соответствии с ГОСТ Р 7.0.5-2008 (Библиографическая ссылка); ГОСТ 7.32-2001 в ред. Изменения №1 от 01.12.2005, ИУС № 12, 2005) (Отчет о научно-исследовательской работе); ГОСТ 7.1-2003 (Библиографическая запись. Библиографическое описание. Общие требования и правила составления).

6.2. К защите принимаются только сброшюрованные работы. ВКР оформляется с использованием компьютера и должна быть напечатана на

стандартных листах бумаги формата А4 белого цвета, на одной стороне (без оборота), через полтора межстрочных интервала. Шрифт выбирается Times New Roman, черного цвета, размер №14.

6.3. Текст ВКР следует печатать, соблюдая следующие размеры полей: правое - 10 мм, верхнее и нижнее - 20 мм, левое - 30 мм.

6.4. ВКР состоит из следующих структурных элементов: введение, заключение, список использованных источников, приложение(ия). Слова «ВВЕДЕНИЕ», «ЗАКЛЮЧЕНИЕ», «СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ», «ПРИЛОЖЕНИЕ» следует располагать посередине текстового поля, без кавычек, без подчеркивания и без проставления точки в конце заголовка.

6.5. Главы работы должны быть пронумерованы арабскими цифрами и записываться с абзацного отступа.

6.6. Параграфы следует нумеровать арабскими цифрами в пределах каждой главы. Номер параграфа должен состоять из номера главы и номера параграфа, разделенных точкой.

6.7. Графики, схемы, диаграммы располагаются непосредственно после текста, имеющего на них ссылку, и выравниваются по центру страницы. Название графиков, схем, диаграмм помещается под ними, пишется без кавычек и содержит слово «Рисунок» без кавычек и указание на порядковый номер рисунка, без знака №. Например: Рисунок 1. Название рисунка.

6.8. Таблицы располагаются непосредственно после текста, имеющего на них ссылку (выравнивание по центру страницы). Таблицы нумеруются арабскими цифрами сквозной нумерацией в пределах всей работы (Таблица 1. Название).

6.9. Приложения должны начинаться с новой страницы, располагаться и нумероваться в порядке появления ссылок на них в тексте. Приложения должны иметь заголовки с указанием слова «Приложение» (без кавычек), его порядкового номера и названия.

6.10. Страницы следует нумеровать арабскими цифрами, соблюдая

Предзащита проводится как правило за 2-3 дня до окончания срока размещения текста ВКР на информационно-образовательном портале и носит публичный характер.

7.2. Требования к содержанию доклада при защите ВКР.

Доклад должен включать в себя: обоснование актуальности избранной темы; описание научной проблемы и формулировку цели работы; положения, выносимые на защиту; практическую значимость работы; перечисление общих выводов и наиболее интересных (существенных) результатов научно-исследовательской работы.

Длительность доклада составляет не более 15 минут.

7.3. Требования к презентации ВКР.

Доклад должен сопровождаться презентацией, иллюстрирующей основные положения работы с использованием мультимедийных средств, выполненной в программе MS PowerPoint. В презентацию рекомендуется включать 10-15 слайдов.

7.4. Процедура защиты ВКР включает в себя: открытие заседания ГЭК (председатель); доклады обучающихся (предусматривается не более 15 минут на доклад обучающегося); вопросы членов комиссии по ВКР и докладу обучающегося (при ответах на вопросы обучающийся имеет право пользоваться своей работой); выступление руководителя ВКР либо, в случае его отсутствия, заслушивание текста отзыва; выступление рецензента ВКР либо, в случае его отсутствия, заслушивание текста рецензии; заключительное слово обучающегося, включающее в себя ответы на замечания рецензента.

Защита коллективной ВКР происходит отдельно каждым обучающимся с представлением соответствующей части работы или совместно по решению руководителя и согласии председателя ГЭК. Процедура защиты коллективной ВКР и оформление протоколов такой защиты должны обеспечить возможность оценить участие каждого обучающегося в подготовке ВКР и ответах на дополнительные вопросы.

7.5. Порядок определения результатов защиты ВКР.

Государственная экзаменационная комиссия при определении результата защиты ВКР принимает во внимание: оценку руководителем ВКР работы обучающегося в период подготовки ВКР; оценку рецензента за работу в целом, учитывая наличие научных результатов, практической значимости и обоснованности выводов и рекомендаций, сделанных обучающимся в результате проведенного исследования; наличие по теме исследования опубликованных работ в научных изданиях; наличие подтверждения апробации результатов исследования в виде справки о внедрении, участия с докладом на научных мероприятиях; индивидуальные оценки членов ГЭК содержания работы, её защиты, включая доклад, ответы на вопросы членов комиссии и замечания рецензента.

В случае выполнения коллективной ВКР исследовательским коллективом также оценивается уровень и качество индивидуального вклада каждого члена исследовательского коллектива.

7.6. Порядок повторной защиты ВКР.

Лицо, не прошедшее Государственную итоговую аттестацию может повторно пройти государственную итоговую аттестацию не ранее чем через 10 месяцев и не позднее чем через 5 лет после срока проведения Государственной итоговой аттестации, которая не пройдена обучающимся. Указанное лицо может повторно пройти Государственную итоговую аттестацию не более двух раз.

Для повторного прохождения Государственной итоговой аттестации указанное лицо по его заявлению восстанавливается в Финансовом университете на период времени, предусмотренной календарным учебным графиком для Государственной итоговой аттестации по соответствующей образовательной программе.

При повторном прохождении Государственной итоговой аттестации на основании заявления обучающегося ему может быть утверждена другая тема ВКР³.

7.7. Порядок защиты ВКР в случае неявки на защиту ВКР.

Обучающиеся, не прошедшие государственное аттестационное испытание в форме защиты ВКР в связи с неявкой по уважительной причине (временная нетрудоспособность, исполнение государственных, общественных или служебных обязанностей, вызовов в суд, транспортные проблемы (отмена рейса, отсутствие билетов, погодные условия), вправе пройти ее в течение 6-ти месяцев после завершения ГИА. В этом случае обучающийся должен в течение 7-ми календарных дней после установленной даты защиты ВКР представить документ, подтверждающий причину своего отсутствия.

7.8. Сроки подачи апелляции.

По результатам защиты ВКР обучающийся имеет право подать в апелляционную комиссию письменную апелляцию о нарушении, по его мнению, установленной процедуры проведения защиты ВКР. Апелляция подается лично обучающимся в апелляционную комиссию не позднее следующего рабочего дня после объявления результата защиты ВКР.

8. Критерии оценки ВКР

При формировании критериев оценки используется перечень знаний, умений, владений, которые выпускник должен продемонстрировать для подтверждения освоения программы магистратуры.

Оценка *«отлично»* выставляется при условии, что: работа выполнена самостоятельно, носит творческий характер, прошла апробацию, охвачен широкий спектр теорий, концепций, подходов, обоснована авторская позиция; собран, обобщен, и проанализирован достаточный объем нормативных

³ П.5.4. Порядка проведения государственной итоговой аттестации по программам бакалавриата и магистратуры в Финансовом университете (утвержден Приказом Финуниверситета от 14 октября 2016г. № 1988/о «Об утверждении Порядка проведения государственной итоговой аттестации по программам бакалавриата и магистратуры в финансовом университете»).

правовых актов, литературы, статистической информации и других практических материалов, позволивший всесторонне изучить тему и сделать аргументированные выводы и практические рекомендации; при написании и защите работы выпускником продемонстрирован высокий уровень развития компетенций, глубокие теоретические знания и наличие практических навыков; работа хорошо оформлена и своевременно представлена в департамент/на кафедру, полностью соответствует требованиям, предъявляемым к содержанию и оформлению ВКР; на защите освещены все вопросы исследования, ответы студента на вопросы профессионально грамотны, исчерпывающие, подкрепляются положениями нормативно-правовых актов, выводами и расчетами, отраженными в работе.

Оценка *«хорошо»* ставится, если: тема работы раскрыта, однако выводы и рекомендации не всегда оригинальны и/или не имеют практической значимости, есть неточности при освещении отдельных вопросов темы; собран, обобщен и проанализирован необходимый объем нормативных правовых актов, литературы, статистической информации и других практических материалов, но не по всем аспектам исследуемой темы сделаны выводы и обоснованы практические рекомендации; при написании и защите работы выпускником продемонстрирован средний уровень развития компетенций, наличие теоретических знаний и достаточных практических навыков; работа своевременно представлена в Департамент массовых коммуникаций и медиабизнеса, есть отдельные недостатки в ее оформлении; в процессе защиты работы дана общая характеристика основных положений работы, были неполные ответы на вопросы.

Оценка *«удовлетворительно»* ставится когда: тема работы раскрыта частично, но в основном правильно, допущено поверхностное изложение отдельных вопросов темы; в работе не использован весь необходимый для исследования темы объем нормативных правовых актов, литературы, статистической информации и других практических материалов, выводы и практические рекомендации не всегда обоснованы; при написании и защите

работы выпускником продемонстрированы удовлетворительный уровень развития компетенций, отсутствие глубоких теоретических знаний и устойчивых практических навыков; работа своевременно представлена в Департамент массовых коммуникаций и медиабизнеса, однако не в полном объеме по содержанию и/или оформлению соответствует предъявляемым требованиям; в процессе защиты выпускник недостаточно полно изложил основные положения работы, испытывал затруднения при ответах на вопросы.

Оценка *«неудовлетворительно»* ставится если: в работе отсутствует формулировка положений, выносимых на защиту; содержание работы не раскрывает тему, вопросы изложены бессистемно и поверхностно, нет анализа практического материала, основные положения и рекомендации не имеют обоснования; работа не оригинальна, основана на компиляции публикаций по теме; при написании и защите работы выпускником продемонстрирован неудовлетворительный уровень развития компетенций; работа несвоевременно представлена в Департамент массовых коммуникаций и медиабизнеса, не в полном объеме по содержанию и оформлению соответствует предъявляемым требованиям; на защите выпускник показал поверхностные знания по исследуемой теме, отсутствие представлений об актуальных проблемах по теме работы, плохо отвечал на вопросы.

Форма заявления о закреплении темы ВКР

ФИНУНИВЕРСИТЕТ

Руководителю программы
магистратуры

(Департамент массовых коммуникаций и
медиабизнеса)

(И. О. Фамилия, уч. степень, уч. звание)

СОГЛАСЕН

(Фамилия И. О. обучающегося)

(дата)

(подпись)

(наименование факультета)

(№ учебной группы)

Тел. обучающегося _____

E-mail обучающегося _____

ЗАЯВЛЕНИЕ

Прошу закрепить за мной тему ВКР

« _____ ».

« ____ » _____ 20__ г.

(подпись обучающегося)

Согласовано:

Руководитель ВКР

(подпись)

(И.О. Фамилия)

« ____ » _____ 20__ г.

Форма задания на ВКР

**ФИНУНИВЕРСИТЕТ
Департамент массовых
коммуникаций и медиабизнеса**

**УТВЕРЖДАЮ
Руководитель выпускной
квалификационной работы**

(должность)

(подпись)

(И.О. Фамилия)

« ____ » _____ 20__ г.

**Задание
на выпускную квалификационную работу**

Обучающемуся _____
(фамилия, имя, отчество)

Тема _____ выпускной _____ квалификационной _____ работы

« _____ »
закреплена приказом Финуниверситета от « ____ » _____ 20__ г.

№ _____

Целевая установка: разработка предложений по использованию работы⁴

Основные вопросы, подлежащие разработке (исследованию):

Основная литература указывается в Приложении к заданию

Дата выдачи задания « ____ » _____ 20__ г.

Задание получил:

(Подпись, Фамилия И.О. обучающегося)

⁴ Руководитель ВКР конкретизирует целевую установку ВКР, исходя из темы ВКР

**Форма отзыва руководителя о работе обучающегося
в период подготовки ВКР**

Федеральное государственное образовательное бюджетное
учреждение высшего образования
«Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации»
(Финансовый университет)

**ОТЗЫВ РУКОВОДИТЕЛЯ
о работе обучающегося в период подготовки
ВКР по программе магистратуры⁵**

Обучающийся _____
(фамилия имя отчество)

Факультет социальных наук и массовых коммуникаций
Департамент массовых коммуникаций и медиабизнеса
Направление подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность «Медиабизнес»

Наименование темы _____
Руководитель _____

(имя отчество фамилия, должность, ученое звание, ученая степень)

1. Актуальность темы, полнота обзора отечественной и зарубежной научной литературы по теме исследования:

2. Оценка законченности и полноты проведенного исследования, достоверности полученных результатов, их соответствие поставленным целям и задачам:

3. Характеристика использования в работе современных методов научных исследований, математического и статистического инструментария, моделирования, расчетов, пакетов специальных прикладных программ, баз данных и т.п.:

⁵ В отзыве на коллективную ВКР в пунктах 2-4, 6-8 необходимо оценить каждого обучающегося индивидуально

4. Степень самостоятельности (доля (%) заимствований в ВКР и корректность оформления заимствованного текста):

5. Оригинальность идей и практическая значимость полученных результатов (наличие научных выводов, теоретический и практический вклад автора в решение проблемной ситуации):

6. Апробация основных положений и результатов работы, в т.ч. подготовка научных публикаций по теме исследования, участие с докладом в научной/научно-практической конференции, наличие справки о внедрении, участие студента в грантах, Госзадании и проч.:

7. Уровень (пороговый, продвинутый, высокий) сформированности компетенций, продемонстрированный в ходе работы над ВКР (перечень компетенций установлен методическими рекомендациями в соответствии с ФГОС ВО):

8. Недостатки в работе обучающегося в период подготовки ВКР:

9. ВКР соответствует (не соответствует) требованиям, предъявляемым к ВКР, и может (не может) быть рекомендована к защите на заседании ГЭК:

(И. О. Фамилия руководителя)

(подпись руководителя)

«__» _____ 20__ г.

**Форма отзыва руководителя о совместной работе обучающихся в период
подготовки коллективной ВКР**

Федеральное государственное образовательное бюджетное
учреждение высшего образования
**«Финансовый университет при Правительстве Российской
Федерации»
(Финансовый университет)**

**ОТЗЫВ РУКОВОДИТЕЛЯ
о совместной работе обучающихся в период подготовки коллективной
выпускной квалификационной работы по программе магистратуры³**

Коллектив обучающихся:

(фамилия, имя, отчество)

(фамилия, имя, отчество)

(фамилия, имя, отчество)

Факультет _____

Департамент/кафедра _____

Направление подготовки _____

Направленность _____

Наименование _____

темы _____

Руководитель _____

(имя отчество фамилия, должность, ученое звание, ученая
степень)

1. Актуальность темы, полнота обзора отечественной и зарубежной научной
литературы _____ по _____ теме
исследования _____

2. Оценка законченности и полноты проведенного исследования,
достоверности полученных результатов, их соответствие поставленным целям
и _____

задачам:

³В пунктах 3 и 5-8 необходимо оценить каждого обучающегося индивидуально

3. Характеристика использования в работе современных методов научных исследований, математического и статистического инструментария, моделирования, расчетов, пакетов специальных прикладных программ, баз данных и т.п.:

4. Степень самостоятельности (доля (%) заимствований в ВКР и корректность оформления заимствованного текста):

5. Оригинальность идей и практическая значимость полученных результатов (наличие научных выводов, теоретический и практический вклад автора в решение проблемной ситуации):

6. Апробация основных положений и результатов работы, в т.ч. подготовка научных публикаций по теме исследования, участие с докладом в научной/научно-практической конференции, наличие справки о внедрении, участие обучающегося в грантах, Госзадании и проч.:

7. Сформированность компетенций в ходе работы над ВКР: компетенции, предусмотренные Программой государственной итоговой аттестации и подлежащие оценке в ходе выполнения ВКР, сформированы (не сформированы):

8. Недостатки в работе обучающегося в период подготовки ВКР:

9. ВКР соответствует (не соответствует) требованиям, предъявляемым к ВКР, и может (не может) быть рекомендована к защите на заседании ГЭК: _____

(И.О. Фамилия руководителя)

_____ (подпись руководителя)

« » 20 г.

Форма титульного листа ВКР

Федеральное государственное образовательное бюджетное
учреждение высшего образования
«Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации»
(Финансовый университет)
Факультет социальных наук и массовых коммуникаций
(наименование факультета)
Департамент массовых коммуникаций и медиабизнеса
(наименование департамента/кафедры)

Выпускная квалификационная работа

на тему « _____ »
(наименование темы выпускной квалификационной работы)

Направление подготовки: 42.04.01 Реклама и связи с общественностью,
направленность программы магистратуры «Медиабизнес»
(наименование направленности)

Выполнил студент учебной группы

(номер учебной группы)

(ФИО полностью) (подпись)

Руководитель _____
(ученая степень и/или звание)

(ФИО полностью) (подпись)

**ВКР соответствует предъявляемым
требованиям**

Руководитель Департамента массовых
коммуникаций и медиабизнеса

(ученая степень и/или звание)

(подпись)

(И.О. Фамилия)

« ____ » _____ 20__ г.

Москва – 20__ г