

**Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение
высшего образования
«ФИНАНСОВЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ПРИ ПРАВИТЕЛЬСТВЕ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»
(ФИНАНСОВЫЙ УНИВЕРСИТЕТ)
Ярославский филиал Финуниверситета**

**Кафедра «Государственное и муниципальное управление и
медиакоммуникации»**

ПРОГРАММА ГОСУДАРСТВЕННОЙ ИТОГОВОЙ АТТЕСТАЦИИ

для студентов, обучающихся по направлению
42.03.05 Медиакоммуникации,
профиль «Медиакоммуникации и медиатехнологии»
(заочная форма обучения)

Одобрено Ученым советом филиала (протокол № 2 от 20.06.2023)

Ярославль 2023

СОДЕРЖАНИЕ

1. Перечень компетенций, подлежащих оценке в ходе государственной итоговой аттестации для студентов, обучающихся по направлению 42.03.05 Медиакоммуникации, профиль «Медиакоммуникации и медиатехнологии» .	3
2. Программа государственного экзамена	5
1. Перечень вопросов, выносимых на государственный экзамен. Перечень рекомендуемой литературы для подготовки к государственному экзамену	7
2. Примеры практико-ориентированных заданий	15
3. Рекомендации обучающимся при подготовке к государственному экзамену	19
4. Критерии оценки результатов сдачи государственных экзаменов.....	20
3. Методические рекомендации по подготовке и защите выпускной квалификационной работы по программе бакалавриата	22
1. Общие положения	24
2. Определение темы ВКР	29
3. Руководство и контроль подготовки ВКР	32
4. Структура и содержание ВКР	35
5. Порядок подготовки ВКР	39
6. Требования к оформлению ВКР.....	40
7. Подготовка к защите ВКР	49
8. Критерии оценки ВКР	51
Приложения	

1. Перечень компетенций, подлежащих оценке в ходе государственной итоговой аттестации для студентов, обучающихся по направлению 42.03.05 Медиакоммуникации, профиль «Медиакоммуникации и медиатехнологии»

Код и наименование компетенции	Форма государственной итоговой аттестации, в рамках которой проверяется сформированность компетенции
1	2
<i>Универсальные компетенции выпускников</i>	
<i>Системное и критическое мышление:</i>	
УК-1 Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	Государственный экзамен
<i>Разработка и реализация проектов</i>	
УК-2 Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм и имеющихся ресурсов и ограничений	Государственный экзамен
<i>Командная работа и лидерство</i>	
УК-3 Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	Государственный экзамен Выпускная квалификационная работа
<i>Коммуникация</i>	
УК-4 Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном (ых) языке (ах)	Государственный экзамен Выпускная квалификационная работа
<i>Межкультурное взаимодействие</i>	
УК-5 Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	Государственный экзамен
<i>Самоорганизация и саморазвитие (в т.ч. здоровьесбережение)</i>	
УК-6 Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни	Государственный экзамен
УК-7 Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности	Государственный экзамен
<i>Безопасность жизнедеятельности</i>	
УК-8 Способен создавать и поддерживать безопасные условия жизнедеятельности, в том числе при возникновении чрезвычайных ситуаций	Государственный экзамен
<i>Экономическая культура, в том числе финансовая грамотность</i>	
УК-9 Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности	Государственный экзамен
<i>Гражданская позиция</i>	
УК-10 Способен формировать нетерпимое отношение к проявлениям экстремизма, терроризма, коррупционному поведению и противодействовать им в профессиональной деятельности	Государственный экзамен
<i>Общенаучные компетенции выпускников</i>	

<i>Продукт профессиональной деятельности</i>	
ОПК-1 Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	Государственный экзамен
<i>Общество и государство</i>	
ОПК-2 Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	Государственный экзамен Выпускная квалификационная работа
<i>Культура</i>	
ОПК-3 Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	Государственный экзамен
<i>Аудитория</i>	
ОПК-4 Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	Государственный экзамен Выпускная квалификационная работа
<i>Медиакоммуникационная система</i>	
ОПК-5 Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этнических норм регулирования	Государственный экзамен Выпускная квалификационная работа
<i>Технологии</i>	
ОПК-6 Способен использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии	Государственный экзамен
<i>Эффекты</i>	
ОПК-7 Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности	Государственный экзамен Выпускная квалификационная работа
<i>Профессиональные компетенции профиля</i>	
ПК-1. Способен участвовать в координации работы технических, управленческих, творческих подразделений организаций сферы медиа и их взаимодействий с внешней средой	Государственный экзамен Выпускная квалификационная работа
ПК-2. Способен участвовать в проектной деятельности по созданию концепций медиапроектов и их реализации	Государственный экзамен Выпускная квалификационная работа
ПК-3. Способен создавать, обрабатывать, компоновать и осуществлять распространение (размещение) информации посредством использования соответствующих технических средств в различных средах и на различных носителях и платформах	Государственный экзамен Выпускная квалификационная работа

2. Программа государственного экзамена

**Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение
высшего образования
«ФИНАНСОВЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ПРИ ПРАВИТЕЛЬСТВЕ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»
(Финансовый университет)**

Ярославский филиал Финуниверситета

**Кафедра «Государственное и муниципальное управление и
медиакоммуникации»**

СОГЛАСОВАНО
Генеральный директор АО
«Городской телеканал»



С.Н. Гончаров

«16» июня 2023 г.

УТВЕРЖДЕНО
Директор Ярославского филиала
Финансового университета при
Правительстве Российской Федерации



В.А. Кваша

«20» июня 2023 г.

Авторы: И.В. Шустина, Т.Б. Колышкина

ПРОГРАММА ПОДГОТОВКИ К СДАЧЕ И СДАЧА ГОСУДАРСТВЕННОГО ЭКЗАМЕНА

для студентов, обучающихся по направлению 42.03.05
«Медиакоммуникации», профиль «Медиакоммуникации и медиатехнологии»
(заочная форма обучения)

*Рекомендовано Ученым советом Ярославского филиала Финуниверситета
(протокол № 2 от 20.06.2023)*

*Одобрено кафедрой «Государственное и муниципальное управление и
медиакоммуникации» (протокол № 10 от 16.06.2023)*

Ярославль 2023

СОДЕРЖАНИЕ

1. Перечень вопросов, выносимых на государственный экзамен. Перечень рекомендуемой литературы для подготовки к государственному экзамену	7
2. Примеры практико-ориентированных заданий	15
3. Рекомендации обучающимся при подготовке к государственному экзамену	19
4. Критерии оценки результатов сдачи государственных экзаменов	20

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

**1.1 Вопросы на основе содержания общепрофессиональных и
профессиональных дисциплин направления подготовки**

- 1) Сущность, цели и задачи менеджмента.
- 2) Теоретические основы менеджмента. Принципы менеджмента. Развитие менеджмента.
- 3) Основные подходы в системе менеджмента.
- 4) Функции менеджмента.
- 5) Методы менеджмента.
- 6) Сущность, принципы и функции маркетинга.
- 7) Товар в системе маркетинга. Особенности товаров и услуг на медиарынке.
- 8) Проблемы позиционирования. Позиционирование медиа.
- 9) Сбыт, каналы распределения товара. Организация сбыта медиапродукции и медиауслуг.
- 10) Интегрированные маркетинговые коммуникации. Особенности продвижения на медиарынке.
- 11) Общая характеристика правового регулирования в области медиакommunikаций.
- 12) Регулирование органами местного самоуправления рекламной деятельности (на примере деятельности органов местного самоуправления города Ярославля).
- 13) Социальный диалог в медиа. Проблема прав на информацию и доступ общественности к СМИ.
- 14) Средства массовой информации как «четвертая власть».
- 15) Теоретические основы и история развития массовой коммуникации.
- 16) Медиапланирование: основные понятия, экономическая эффективность.
- 17) Медиаиндустрия как часть индустрии культуры. Структура рынка СМИ.
- 18) Экономика медиаиндустрии. Медiasредства и медианосители.
- 19) Медиаметрия: технология, показатели эффективности.
- 20) Основные средства распространения медиа (медиаканалы).
- 21) Основные методы сбора первичной информации их достоинства и недостатки.
- 22) Обобщение статистических данных. Группировки и системы статических показателей.
- 23) Проблемы сегментирования целевой аудитории.
- 24) Брендинг как функция современного управления.
- 25) Развитие брендов в сети Интернет.

Основная литература:

1. Бузин, В.Н. Медиапланирование. Теория и практика: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Реклама», «Маркетинг», «Психология», «Социология», «Журналистика» / В.Н. Бузин, Т.С. Бузина. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. - 495 с. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/product/1028523>
2. Виханский, О.С. Менеджмент : учебник / О.С. Виханский, А.И. Наумов. - 6-е изд., перераб. и доп. - Москва: Магистр : ИНФРА-М, 2021. - 656 с. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/product/1192203>
3. Гавра, Д.П. Основы теории коммуникации : учебник для вузов / Д.П. Гавра. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2021. — 231 с. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://urait.ru/bcode/469805>
4. Гулевич, О.А. Психология массовой коммуникации: от газет до интернета : учебник для вузов / О.А. Гулевич. — Москва: Издательство Юрайт, 2020. — 264 с. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://biblio-online.ru/bcode/457242>
5. Ерофеева, И.В. Психология медиатекста : учебник и практикум для вузов / И.В. Ерофеева. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2020. — 206 с. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://biblio-online.ru/bcode/448642>
6. Зельдович, Б. З. Медиаменеджмент : учебник для вузов / Б. З. Зельдович. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 293 с. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://biblio-online.ru/bcode/457060>
7. Иваницкий, В.Л. Основы бизнес-моделирования СМИ : учебное пособие для вузов / В.Л. Иваницкий. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2020. — 239 с. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://biblio-online.ru/bcode/451640>
8. Карасев, А.П. Маркетинговые исследования и ситуационный анализ : учебник и практикум для вузов / А.П. Карасев. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2020. — 315 с. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://biblio-online.ru/bcode/450531>
9. Касьянов, В.В. Социология массовой коммуникации : учебник для вузов / В.В. Касьянов. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2020. — 221 с. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://biblio-online.ru/bcode/453915>
10. Колышкина, Т.Б. Анализ рекламного текста : учебное пособие для вузов / Т.Б. Колышкина, Е.В. Маркова, И.В. Шустина. — Москва: Издательство Юрайт, 2020. — 305 с. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://biblio-online.ru/bcode/467471>
11. Колышкина, Т.Б. Проектирование и оценка рекламного образа : учебное пособие для вузов / Т.Б. Колышкина, Е.В. Маркова, И.В. Шустина. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2020. — 262 с. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://biblio-online.ru/bcode/429158>
12. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности : учебник и

практикум для академического бакалавриата / С.В. Карпова [и др.]; под общей редакцией С.В. Карповой, С. В. Мхитарян. — Москва: Издательство Юрайт, 2019. — 404 с. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://biblio-online.ru/bcode/433737>

13. Маркетинг : учебник и практикум для вузов / Л.А. Данченко [и др.]; под редакцией Л.А. Данченко. — Москва: Издательство Юрайт, 2020. — 486 с. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://biblio-online.ru/bcode/450037>

14. Маркетинговые исследования: теория и практика : учебник для прикладного бакалавриата / С.П. Азарова [и др.] ; под общей редакцией О. Н. Жильцовой. — Москва: Издательство Юрайт, 2019. — 314 с. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://biblio-online.ru/bcode/425984>

15. Основы теории коммуникации : учебник и практикум для вузов / Т.Д. Венедиктова [и др.]; под редакцией Т.Д. Венедиктовой, Д.Б. Гудкова. — Москва: Издательство Юрайт, 2020. — 193 с. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://biblio-online.ru/bcode/450965>

16. Руденко, А.М. Психология массовых коммуникаций : учебник / А.М. Руденко, А.В. Литвинова; под ред. А.М. Руденко. — Москва: РИОР: ИНФРА-М, 2020. — 303 с. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/product/1048186>

17. Федотова, Л.Н. Социология массовых коммуникаций. Теория и практика : учебник для бакалавров / Л.Н. Федотова. — 5-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2019. — 603 с. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://biblio-online.ru/bcode/425831>

18. Хренов, Н.А. Теория аудитории медиа: публика в истории культуры : учебное пособие для вузов / Н.А. Хренов. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2021. — 411 с. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://biblio-online.ru/bcode/468080>

19. Яковлев, Г.А. Коммерция в средствах массовой информации : учебное пособие / Г.А. Яковлев. — Москва: ИНФРА-М, 2021. — 143 с. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/product/1222614>

Дополнительная литература

1. Лебон, Г. Психология масс / Г. Лебон; переводчик Э.К. Пименова, А. Фридман. — Москва: Издательство Юрайт, 2020. — 264 с. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://biblio-online.ru/bcode/456133>

2. Беляевский, И.К. Маркетинговое исследование: информация, анализ, прогноз : учебное пособие / И.К. Беляевский. - 2-е изд., перераб. и доп. - Москва: КУРС : ИНФРА-М, 2020. - 392 с. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/product/1054208>

3. Богомолова, Н.Н. Социальная психология массовой коммуникации : учеб. пособие для студентов вузов / Н.Н. Богомолова. — Москва: Аспект Пресс, 2010. — 191 с. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/product/1039495>

4. Годин, А.М. Брендинг: Учебное пособие / Годин А.М., - 3-е изд., перераб. и доп. - Москва: Дашков и К, 2016. - 184 с. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/product/329358>
5. Демина, Л.А. Теория и практика аргументации : учебное пособие / Л.А. Демина. — Москва: Норма: ИНФРА-М, 2020. — 272 с. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/product/1055180>
6. Домнин, В.Н. Брендинг: учебник и практикум для вузов / В. Н. Домнин. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2020. — 493 с. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://biblio-online.ru/bcode/466112>
7. Зелинский, С.А. Манипулирование личностью и массами. Манипулятивные технологии власти при атаке на подсознание индивида и масс : монография / С. А. Зелинский. - 2-е изд. - Санкт-Петербург: Издательско-Торговый Дом «СКИФИЯ», 2018. - 240 с. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/product/1095195>
8. Колышкина, Т.Б. Деловые коммуникации, документооборот и делопроизводство : учебное пособие для вузов / Т.Б. Колышкина, И.В. Шустина. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2020. — 163 с. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://biblio-online.ru/bcode/452463>
9. Мокий, М.С. Методология научных исследований : учебник для вузов / М.С. Мокий, А.Л. Никифоров, В.С. Мокий; под редакцией М.С. Мокия. — 2-е изд. — Москва: Издательство Юрайт, 2020. — 254 с. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://biblio-online.ru/bcode/457487>
10. Позднякова, Е.А. Авторское право : учебник и практикум для вузов / Е.А. Позднякова. — 3-е изд. — Москва: Издательство Юрайт, 2020. — 238 с. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://biblio-online.ru/bcode/466156>
11. Селезнева, Л.В. Подготовка рекламного и PR-текста : учебное пособие для вузов / Л.В. Селезнева. — Москва: Издательство Юрайт, 2020. — 159 с. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://biblio-online.ru/bcode/453912>
12. Синяева, И.М. Реклама и связи с общественностью : учебник для бакалавров / И.М. Синяева, О.Н. Жильцова, Д.А. Жильцов. — Москва: Издательство Юрайт, 2020. — 552 с. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://biblio-online.ru/bcode/466182>
13. Федотова, Л.Н. Реклама: теория и практика : учебник для вузов / Л. Н. Федотова. — Москва: Издательство Юрайт, 2020. — 391 с. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://biblio-online.ru/bcode/450406>
14. Шарков, Ф.И. Коммуникология: основы теории коммуникации : учебник для бакалавров / Ф.И. Шарков. — 5-е изд., стер. — Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2020. - 488 с. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/product/1093511>

Нормативные акты

1. Конституция Российской Федерации (принята всенародным голосованием 12.12.1993 с изменениями, одобренными в ходе общероссийского голосования 01.07.2020).
2. Закон РФ от 27.12.1991 N 2124-1 «О средствах массовой информации» (последняя редакция).
3. Федеральный закон «О противодействии экстремистской деятельности» от 25.07.2002 N 114-ФЗ (последняя редакция).
4. Федеральный закон «О рекламе» от 13.03.2006 N 38-ФЗ (последняя редакция).
5. Указ Президента РФ от 10.06.1994 N 1183 «О защите потребителей от недобросовестной рекламы».
6. Закон РФ от 07.02.1992 N 2300-1 «О защите прав потребителей» (последняя редакция).
7. Приказ МАП РФ от 13.11.1995 N 147 «Об утверждении Порядка рассмотрения дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе» (Зарегистрировано в Минюсте РФ 28.11.1995 N 985).
8. Международный кодекс рекламной практики – Париж: SOVERO (Международная торговая палата), 1987 г.
9. Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях от 30.12.2001 N 195-ФЗ (последняя редакция).

1.2 Вопросы на основе содержания дисциплин направленности программы бакалавриата

1. Организация и проведение коммуникационных кампаний.
2. Особенности взаимодействия основных субъектов на медиарынке.
3. Манипулятивные стратегии и тактика. Способы и средства манипуляции общественным сознанием.
4. Сущность бухгалтерского учета, его задачи и объекты.
5. Метод бухгалтерского учета и его элементы.
6. Рекламный текст как один из видов медиатекста.
7. Журналистский текст как один из видов медиатекста.
8. PR-текст как один из видов медиатекста.
9. Семиотическая природа медиатекста: интертекстуальность, поликодовость.
10. Манипуляция общественным сознанием, признаки манипуляции, условия манипулирования. Виды манипуляции.
11. Реклама в обществе потребления и общество потребления в рекламе.
12. PR в системе коммуникации: понятие, функции, цели, содержание.
13. Реклама в системе коммуникаций: понятие, признаки, функции, цели.
14. Теория информации и теория коммуникации. Трансформация публицистического текста в медийный.

15. Феномены социальной перцепции в массовой коммуникации.
16. Методы психологического воздействия в массовой коммуникации.
17. Медiateкст как коммуникативная единица.
18. Реклама как социально-психологическая установка.
19. Персонаж в массовой коммуникации как объект психологического исследования и воздействия.
20. Современный медiateкст, его лингвистические и экстралингвистические характеристики.
21. Система жанров медiateкста.
22. Аргументация в медiateкстах.
23. Содержательные и структурообразующие компоненты медiateкста: топос, концепт.
24. Паралогические приемы манипулирования.
25. Речевые приемы манипулирования.

Основная литература:

1. Руденко, А.М. Психология массовых коммуникаций : учебник / А.М. Руденко, А.В. Литвинова; под ред. А.М. Руденко. — Москва: РИОР: ИНФРА-М, 2020. — 303 с. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/product/1048186>
2. Гулевич, О.А. Психология массовой коммуникации: от газет до интернета : учебник для вузов / О.А. Гулевич. — Москва: Издательство Юрайт, 2020. — 264 с. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://biblio-online.ru/bcode/457242>
3. Дзялошинский, И.М. Современный медiateкст. Особенности создания и функционирования : учебник для вузов / И.М. Дзялошинский, М.А. Пильгун. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2020. — 345 с. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://biblio-online.ru/bcode/456679>
4. Колышкина, Т.Б. Проектирование и оценка рекламного образа : учебное пособие для вузов / Т.Б. Колышкина, Е.В. Маркова, И.В. Шустина. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2020. — 262 с. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://biblio-online.ru/bcode/429158>
5. Современный русский язык. Языковые техники создания медиа текстов : практикум / Л.Р. Дускаева, М.Ю. Казак, Н.А. Прокофьева [и др.]; под ред. Л.Р. Дускаевой. — 2-е изд., стер. - Москва: ФЛИНТА, 2017. - 429 с. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/product/1089733>
6. Осипова, Е.А. Связи с общественностью в социальной сфере. Ценностно-ориентированный подход к PR-практике : монография / Е.А. Осипова. - Москва: НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 128 с. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/product/523515>
7. Набокова, Л.С. Теория и практика массовой информации: Учебное пособие / Набокова Л.С., Ноздренко Е.А., Набоков И.А. - Краснояр: СФУ,

2016. - 242 с. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/product/967842>

8. Виноградова, С.М. Психология массовой коммуникации : учебник для вузов / С.М. Виноградова, Г.С. Мельник. — Москва: Издательство Юрайт, 2020. — 443 с. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://biblio-online.ru/bcode/467434>

9. Зелинский, С.А. Манипуляции массами и психоанализ. Манипулирование массовыми психическими процессами посредством психоаналитических методик : монография / С.А. Зелинский. — 2-е изд. - Санкт-Петербург: Издательско-Торговый Дом «СКИФИЯ», 2018. — 240 с. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/product/1095193>

10. Копнина, Г.А. Речевое манипулирование : учеб. пособие / Г.А. Копнина. - 6-е изд., стер. - Москва: ФЛИНТА, 2017. - 170 с. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/product/1034259>

11. Современный медиатекст : учеб. пособие / отв. ред. Н.А. Кузьмина. - 4-е изд., стер. - Москва: ФЛИНТА, 2019. - 412 с. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/product/1042225>

12. Коноваленко, М.Ю. Теория коммуникации : учебник для вузов / М.Ю. Коноваленко, В.А. Коноваленко. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2020. — 415 с. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://biblio-online.ru/bcode/449867>

13. Демина, Л.А. Теория и практика аргументации : учебное пособие / Л.А. Демина. — Москва: Норма: ИНФРА-М, 2020. — 272 с. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/product/1055180>

14. Зайцев, Д.В. Теория и практика аргументации: учебное пособие / Д. В. Зайцев. — Москва: ИД «ФОРУМ» : ИНФРА-М, 2020. - 224 с. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/product/1039310>

15. В творческой лаборатории журналиста : учебно-практическое пособие для студентов вузов / сост. и общ. ред. В.М. Кривошеева. - 2-е изд., стереотип. - Москва: Логос, 2020. - 192 с. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/product/1211600>

16. Варакута, С.А. Связи с общественностью : учебное пособие / С.А. Варакута. - Москва: ИНФРА-М, 2019. - 207 с. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/product/993597>

17. Чумиков, А.Н. Реклама и связи с общественностью: имидж, репутация, бренд : учеб. пособие для студентов вузов / А.Н. Чумиков. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Аспект Пресс, 2016. — 159 с. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/product/1039478>

Дополнительная литература

1. Богомолова, Н.Н. Социальная психология массовой коммуникации : учеб. пособие для студентов вузов / Н.Н. Богомолова. — Москва: Аспект Пресс, 2010. — 191 с. [Электронный ресурс]. – Режим доступа:

<https://znanium.com/catalog/product/1039495>

2. Виноградова, С.М. Психология массовой коммуникации : учебник для вузов / С.М. Виноградова, Г.С. Мельник. — Москва: Издательство Юрайт, 2020. — 443 с. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://biblio-online.ru/bcode/467434>

3. Антонова, Н.В. Психология массовых коммуникаций : учебник и практикум для вузов / Н.В. Антонова. — Москва: Издательство Юрайт, 2020. — 373 с. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://biblio-online.ru/bcode/450026>

4. Евгеньева, Т.В. Психология массовой политической коммуникации : учебное пособие / Т.В. Евгеньева, А.В. Селезнева. — Москва: Издательство Московского университета, 2013. — 299 с. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/product/1027638>

5. Колышкина, Т.Б. Анализ рекламного текста : учебное пособие для вузов / Т.Б. Колышкина, Е.В. Маркова, И.В. Шустина. — Москва: Издательство Юрайт, 2021. — 305 с. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://biblio-online.ru/bcode/477252>

6. Ерофеева, И.В. Психология медиатекста : учебник и практикум для вузов / И.В. Ерофеева. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2020. — 206 с. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://biblio-online.ru/bcode/448642>

7. Чепкина, Э.В. Социальная журналистика. Проблемы толерантности в СМИ : учебное пособие для вузов / Э.В. Чепкина. — Москва: Издательство Юрайт, 2020. — 115 с. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://biblio-online.ru/bcode/454895>

8. Киселев, А.Г. Теория и практика массовой информации: общество - СМИ - власть: учебник для студентов вузов, обучающихся по специальности «Связи с общественностью» / А.Г. Киселёв. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. - 431 с. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/product/1028771>

9. Марков, А.А. Теория и практика массовой информации : учебник / А.А. Марков, О.И. Молчанова, Н.В. Полякова. - М.: ИНФРА-М, 2018. - 252 с. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/product/944408>

10. Ингерсолл, Г. Грант, С. Ингерсолл Обработка неструктурированных текстов. Поиск, организация и манипулирование / Грант С. Ингерсолл, Томас С. Мортон, Эндрю Л. Фэррис; пер. с англ. А.А. Слинкина. - Москва: ДМК Пресс, 2015. - 414 с. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/product/1027786>

11. Алексеев, А.П. Теория аргументации: классические идеалы и технологические перспективы : монография / А.П. Алексеев. - Москва: Когито-Центр, 2010. - 76 с. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/product/1068942>

12. Иншакова, Н.Г. Рекламный и пиар-текст: основы редактирования : учеб. пособие для студентов вузов / Н.Г. Иншакова. — Москва: Аспект

Пресс, 2014. — 256 с. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/product/1038972>

Нормативные акты

1. Конституция Российской Федерации (принята всенародным голосованием 12.12.1993 с изменениями, одобренными в ходе общероссийского голосования 01.07.2020).
2. Закон РФ от 27.12.1991 N 2124-1 «О средствах массовой информации» (последняя редакция).
3. Федеральный закон «О противодействии экстремистской деятельности» от 25.07.2002 N 114-ФЗ (последняя редакция).
4. Федеральный закон «О рекламе» от 13.03.2006 N 38-ФЗ (последняя редакция).
5. Указ Президента РФ от 10.06.1994 N 1183 «О защите потребителей от недобросовестной рекламы».
6. Закон РФ от 07.02.1992 N 2300-1 «О защите прав потребителей» (последняя редакция).
7. Приказ МАП РФ от 13.11.1995 N 147 «Об утверждении Порядка рассмотрения дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе» (Зарегистрировано в Минюсте РФ 28.11.1995 N 985).
8. Международный кодекс рекламной практики – Париж: SOVERO (Международная торговая палата), 1987 г.
9. Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях от 30.12.2001 N 195-ФЗ (последняя редакция).

Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

1. Электронная библиотека Финансового университета (ЭБ) <http://elib.fa.ru/>
2. Электронно-библиотечная система BOOK.RU <http://www.book.ru>
3. Электронно-библиотечная система «Университетская библиотека ОНЛАЙН» <http://biblioclub.ru/>
4. Электронно-библиотечная система Znanium <http://www.znanium.com>
5. Электронно-библиотечная система издательства «ЮРАЙТ» <https://www.biblio-online.ru/>
6. Научная электронная библиотека eLibrary.ru <http://elibrary.ru>
7. Национальная электронная библиотека <http://нэб.рф/>

2. Примеры практико-ориентированных заданий

Задание 1

Вы руководитель рекламного отдела ГТРК «Ярославия». У вас в отделе работают 4 сотрудника: копирайтер, менеджер по рекламе, режиссер рекламных роликов и дизайнер. В последнее время вы стали замечать, что эффективность работы сотрудников снизилась, а их отношение к работе ухудшилось.

Задание. Проанализируйте поведение сотрудников и разработайте каждому систему мотиваторов.

Менеджер по рекламе – девушка, 24 года, не замужем, высшее профильное образование. Сотрудник неподчиняющийся и не принимающий задач, изменяющий ее таким образом, чтобы ее выполнение соответствовало его интересам. Такой подчиненный, формально являясь членом данного трудового коллектива, фактически по своему внутреннему отношению своим интересам не является таковым. Ему свойственны высокая самооценка, независимость, устойчивость к неопределенности, самостоятельность, отстаивание своих интересов, неконформность, социальная смелость.

Мотиваторами для него являются?

Копирайтер – девушка, 22 года, не замужем, высшее профильное образование. Сотрудник подчиняющийся, полностью принимающий поставленную перед ним задачу и выполняющий ее в том виде, в каком она была поставлена руководителем. Невысокая самооценка. Ведущий мотив – избегание неудачи. Наличие авторитетов, кумиров. Чувство «мы». Коллективизм. Ригидность. Неустойчивость к неопределенности. Заинтересованность во внешней похвале, одобрении. Конформность. Стремление «быть хорошим». Отсутствие честолюбивых замыслов. Удовольствие от хорошо выполненного дела. Ожидание похвалы, признания заслуг, благодарности. Зависимость от мнения других. Умение устанавливать контакты.

Мотиваторами для него являются?

Дизайнер – молодой человек, 27 лет, среднее профессиональное профильное образование. Сотрудник подчиняющийся, но не принимающий задачу в том виде, в котором она перед ним ставится, переформулирующий ее таким образом, чтобы ее выполнение отвечало его личным интересам. Это человек с двойным дном. Ведущий мотив – получение выгоды. Расчетливость. Гибкость. Приспосабливаемость. Манипулятивность в общении. Неискренность. Независимость от мнения других. Умение отстаивать свои интересы. При такой форме взаимодействия подчиненного с руководителем цель первого достигается скрытно, маскируется принятием подчинения.

Мотиваторами для него являются?

Режиссер рекламных роликов – молодой человек, 32 года, образование высшее профильное. Сотрудник неподчиняющийся, однако принимающий задачу, не изменяющий ее под свои интересы, а выполняющий ее так, как это сформулировано руководителем. Такой подчиненный может обладать высокой самооценкой, интернальным локусом контроля. Ведущий мотив – достижение успеха. Независимость. Самодостаточность. Самостоятельность в оценках. Социальная смелость. Непризнание авторитетов. Критичность. Готовность к конфликту в интересах дела. Принципиальность. Объективность в оценках. Высокий интерес к делу. Увлеченность.

Мотиваторами для него являются?

Задание 2

Компания «Май» – крупнейший российский производитель чая и кофе – подвела итоги широкомасштабного исследования, проведенного в 73-х городах России.

В опросе приняли участие 3400 россиян. Они ответили на вопрос, какой чай любят и как его пьют.

Исследование культуры потребления проводится компанией «Май» не впервые. «Наша компания обращена лицом к потребителю, поэтому мы регулярно проводим исследования с целью изучения потребностей россиян, стиля жизни и привычек потребления, – говорит начальник отдела исследований рынка компании «Май» Ольга Максимова: «Для того чтобы получить нужную информацию, мы используем как качественные, так и количественные методики. Качественные исследования позволяют узнать текущую ситуацию на рынке, понять отношение потребителей к той или иной категории продуктов, протестировать идеи, которые впоследствии воплощаются в новые предложения на рынке. Количественные, в свою очередь, дают возможность оценить сложившуюся структуру запросов и предпочтений, уловить сдвиги в потребительском спросе».

Целью нового опроса было выяснить отношение россиян к чаю, а также определить особенности его потребления. Для этого исследовательский отдел компании «Май» провел более трех тысяч личных интервью.

Исследование показало, что за последние годы отношение россиян к чаю принципиально не изменилось, однако произошли существенные сдвиги в их понимании того, какой чай является хорошим.

Чай в России по-прежнему остается семейным напитком. Более половины россиян чаевничают с родными и близкими, коллегами по работе и только 5% респондентов потребляют напиток с друзьями. При этом наличие компании при питии чая не имеет принципиального значения. Россияне не испытывают дискомфорта от того, что им приходится чаевничать в одиночестве. Регулярно чай наедине пьют более 45% опрошенных. В семи случаях из десяти чай сопровождается принятием пищи. Им могут запивать бутерброды или сладости. На чаепития без еды приходится лишь треть случаев потребления напитка. Особенно сильна привычка пить чай с «таким» в сегменте premium. Покупатели дорогих сортов, как правило, заваривают их для того, чтобы продегустировать.

Изменения в традиции потребления заметны только в выборе посуды. С кухонь россиян исчез стакан в подстаканнике (так пьют чай только 2% опрошенных). Еще 1% применяет жестяную кружку. Около трети россиян предпочитают чашки с блюдцами из сервизов. Остальные четких предпочтений не имеют.

Что касается сдвигов в мышлении потребителей, то они весьма радикальны. Согласно данным исследования, подавляющее большинство (9 из 10 респондентов) положительно относятся к Индии и Цейлону как

странам, выращивающим черный чай. Среди стран, занимающихся переработкой чая, потребителям наибольшее доверие внушают Англия, Индия, Шри-Ланка и Россия. А вот Германия, Польша и Украина, наоборот, не ассоциируются у россиян с качественным продуктом. Новый покупатель знает, какой бренд ему нужен (67% опрошенных подтвердили, что они очень серьезно относятся к выбору марки). Его сложно заставить покупать грузинский чай, если тот ему не нравится (половина респондентов призналась, что если «моего чая не окажется в продаже, пойду искать его в другой магазин»). При этом решение о том, какая марка является подходящей, принимается покупателем в соответствии с доходами. В нижнем ценовом диапазоне важную роль играет фактор соответствия цены и качества продукта. В среднем сегменте покупатель обращает внимание еще и на известность марки. А в дорогом – решающим оказывается «эмоциональная близость» бренда покупателю. И независимо от уровня доходов, потребители стремятся упростить довольно трудоемкую процедуру заваривания чая. Не случайно, в сегменте недорогих марок растет интерес к пакетированному чаю. Его не только на работе, но и дома.

1. Как соотносятся качественные и количественные методы при проведении маркетинговых исследований. Для чего исследователи их совмещают?

2. Зачем компания «Май» собирает информацию, которая имеет косвенное отношение к потреблению чая? Например, из какой посуды пьют чай потребители, с чем они его пьют и т. п.

3. Насколько достоверными являются результаты исследования? Отсутствие какой информации мешает оценить достоверность информации?

4. Как можно повысить достоверность некоторых из полученных результатов (например, ассоциации качественного чая и определенных стран, поиск определенной марки в других магазинах)?

5. Почему интерес к пакетированному чаю растет именно в сегменте недорогих марок?

6. Как можно использовать полученные результаты при организации рекламной кампании?

Задание 3

Требуется в роли руководителя ивент-агентства проконтролировать деятельность подчиненных в конкретной ситуации и дать профессиональную оценку их действий.

Вопросы:

Ситуация 1. Кассир рекламного агентства, принимая от заказчика денежные средства в оплату заказа, пробил на сумму меньшую, чем цена покупки.

Ситуация 2. Чек пробит случайно (например, при настройке ККТ).

Ситуация 3. Чек пробит на сумму, превышающую сумму покупки (в т.ч. когда в чек попал товар, который покупатель не просил, или один и тот же товар пробит два раза), и это обнаружено до ухода покупателя.

Ситуация 4. В конце смены обнаружено, что чек пробит на сумму, превышающую сумму покупки (например, вместо 1000 руб. выбито 10 000 руб.).

Задание 4

В телевизионной рекламе газированной воды героиня рекламного ролика – девочка 13–15 лет – разбивает витрину магазина, чтобы достать заветную банку напитка и спастись от мучившей ее жажды. Соответствует ли закону содержание данной рекламы? Какая ответственность предусмотрена законом в случае нарушения законодательства о рекламе? Какие органы и в каком порядке привлекают правонарушителя к ответственности? Кто должен понести ответственность в данной ситуации? Каковы ограничения на использование в рекламе образов несовершеннолетних? (См. Федеральный закон от 13 марта 2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе», Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях, Постановление Правительства Российской Федерации от 17 августа 2006 г. № 508 «Об утверждении правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе».)

3. Рекомендации обучающимся при подготовке к государственному экзамену

Подготовку к сдаче государственного экзамена необходимо начать с ознакомления с перечнем теоретических вопросов, выносимых на государственный экзамен, а также с примерами практико-ориентированных заданий.

При подготовке материалов для ответов обучающийся должен пользоваться рекомендованными обязательной и дополнительной литературой, нормативным актами, интернет-ресурсами, а также лекционными конспектами и иными материалами, которые оставались у обучающегося после освоения всех дисциплин учебного плана (задания для индивидуальной и самостоятельной работы, задачи, кейсы, расчетно-аналитические и курсовые работы и т. п.). Обучающийся не должен забывать, что вопросы, вынесенные на государственный экзамен, и практико-ориентированные задания являются комплексными, т. е. для подготовки ответа на один вопрос или выполнения практико-ориентированного задания необходимо использовать литературу и иные материалы, которые ранее были использованы при освоении разных дисциплин. Подбор конкретных литературных источников и иных материалов для ответа на конкретный вопрос возлагается на обучающегося, что, в свою очередь, позволяет оценить степень готовности обучающегося к применению полученных им знаний и умений на практике.

При подготовке к государственному экзамену обучающиеся обязаны использовать нормативные акты в редакции, действующей на дату сдачи государственного экзамена. Если на день проведения государственного экзамена нормативный акт из предложенных перечней будет отменен, для подготовки необходимо использовать нормативный акт, введенный в действие взамен отмененного.

Ответ обучающегося на теоретические вопросы необходимо иллюстрировать примерами из практики российского или иностранного бизнеса. Выбор конкретных компаний (отраслей, регионов, событий) для иллюстрации остается за обучающимся.

Обязательным является посещение консультаций и обзорных лекций, которые проводятся перед государственным экзаменом.

4. Критерии оценки результатов сдачи государственных экзаменов

Каждый член государственной экзаменационной комиссии после заслушивания (прочтения) ответов на теоретические вопросы и презентации выполнения практико-ориентированного задания обязан оценить ответ обучающегося, руководствуясь нижеприведенными критериями.

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 раскрыл теоретические и практические аспекты вопроса, проявил творческий подход к его изложению, и продемонстрировал дискуссионность данной проблематики, а также глубоко и полно раскрыл дополнительные вопросы.

«Хорошо» (4 балла) ставиться за ответ на теоретический вопрос с недостаточно полным освещением ключевых моментов вопроса, а также если студент продемонстрировал незначительные затруднения в ответах 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 стандарта ФГОС ВО в части формируемых компетенций, а также дополнительным компетенциям, установленным вузом.

Критерии оценки умений выпускников в ходе решения комплексных профессионально-ориентированных заданий:

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

«Хорошо» (4 балла) ставиться, если комплексное профессиональноориентированное задание выполнено, но допускаются неточности в обосновании результатов;

«Удовлетворительно» (3 балла) ставится, если комплексное профессионально-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 комплексное профессионально-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 экзаменующихся, 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.

3. Методические рекомендации по подготовке и защите выпускной квалификационной работы по программе бакалавриата

**Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение
высшего образования**

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

**Ярославский филиал Финуниверситета
Кафедра «Государственное и муниципальное управление и
медиакоммуникации»**

СОГЛАСОВАНО
Генеральный директор АО
«Городской телеканал»



С.Н. Гончаров

«16» июня 2023 г.

УТВЕРЖДЕНО
Директор Ярославского филиала
Финансового университета при
Правительстве Российской Федерации



В.А. Кваша

«20» июня 2023 г.

Авторы: И.В. Шустина, Т.Б. Колышкина

МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ

по подготовке и защите выпускной квалификационной работы
по программе бакалавриата
для студентов, обучающихся по направлению 42.03.05
«Медиакоммуникации»,
профиль «Медиакоммуникации и медиатехнологии»
(заочная форма обучения)

*Рекомендовано Ученым советом Ярославского филиала Финуниверситета
(протокол № 2 от 20.06.2023)*

*Одобрено кафедрой «Государственное и муниципальное управление и
медиакоммуникации» (протокол № 10 от 16.06.2023)*

Ярославль 2023

СОДЕРЖАНИЕ

1. Общие положения	24
2. Определение темы ВКР	29
3. Руководство и контроль подготовки ВКР	32
4. Структура и содержание ВКР	35
5. Порядок подготовки ВКР	39
6. Требования к оформлению ВКР	40
7. Подготовка к защите ВКР	49
8. Критерии оценки ВКР	51
Приложения	

1. Общие положения

Методические рекомендации разработаны на основании:

- Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования бакалавриат по направлению подготовки 42.03.05 Медиакоммуникации, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от «8» июня 2017 г № 527;

- ГОСТ 7.32-2017 в ред. изменения от 12.09.2018 «Отчет о научно-исследовательской работе. Структура и правила оформления»;

- ГОСТ Р 7.0.100-2018 «Система стандартов по информации, библиотечному и издательскому делу. Библиографическая запись. Библиографическое описание. Общие требования и правила составления» (утвержден и введен в действие Приказом Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии от 3 декабря 2018 года № 1050-ст);

- ГОСТ 7.80-2000 «Система стандартов по информации, библиотечному и издательскому делу. Библиографическая запись. Заголовок. Общие требования и правила составления» (утвержден и введен в действие Постановлением Государственного комитета Российской Федерации по стандартизации и метрологии от 06.10.2000 № 253-ст);

- ГОСТ 7.82-2001 «Система стандартов по информации, библиотечному и издательскому делу. Библиографическая запись. Библиографическое описание электронных ресурсов» (утвержден и введен в действие Постановлением Государственного комитета Российской Федерации по стандартизации и метрологии от 04.09.2001 № 369-ст);

- ГОСТ Р 7.0.12-2011 «Система стандартов по информации, библиотечному и издательскому делу. Библиографическая запись. Сокращение слов на русском языке. Общие требования и правила» (утвержден и введен в действие Приказом Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии от 13 декабря 2011 года № 813-ст);

- ГОСТ 7.11-2004 «Система стандартов по информации, библиотечному и издательскому делу. Библиографическая запись. Сокращение слов и словосочетаний на иностранных европейских языках» (принят Межгосударственным советом по стандартизации, метрологии и сертификации (протокол №24 от 5 декабря 2003 года);

- Приказа Финансового университета № 2203/о от «18» октября 2021г. «Об утверждении Положения о выпускной квалификационной работе по программам бакалавриата и магистратуры в Финансовом университете».

Перечень планируемых результатов освоения ОП в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования- бакалавриат по направлению подготовки 42.03.05 Медиакоммуникации, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от «8» июня 2017г № 527, подлежащих оценке в ходе защиты ВКР (Таблица 1).

Таблица 1 - Структура планируемых результатов обучения

Код и наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Результаты обучения (владения, умения и знания), соотнесенные с компетенциями/индикаторами достижения компетенции
<i>Универсальные компетенции</i>		
<i>Командная работа и лидерство</i>		
УК-3 Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	1. Понимает эффективность использования стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели, эффективно взаимодействует с другими членами команды, участвуя в обмене информацией, знаниями, опытом и презентации результатов работы.	<i>Знает:</i> особенности информационного сопровождения коммуникативных мероприятий, силы средства и технологии проведения. <i>Умеет:</i> подготавливать планы эффективного сопровождения коммуникативных мероприятий в составе профессиональной группы.
	2. Соблюдает этические нормы в межличностном профессиональном общении.	<i>Знает:</i> этические нормы и правила этикета рекламной и PR- деятельности. <i>Умеет:</i> в ходе организации межличностной коммуникации учитывать морально-этические правила.
	3. Понимает и учитывает особенности поведения участников команды для достижения целей и задач в профессиональной деятельности.	<i>Знает:</i> специфику поведения участников команды в рекламной и PR-деятельности <i>Умеет:</i> организовывать и использовать в группе информационно-коммуникативные технологии для осуществления профессиональной деятельности.
<i>Коммуникация</i>		
УК-4 Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном (ых) языке (ах)	1. Использует информационно-коммуникативные ресурсы и технологии при поиске необходимой информации в процессе решения стандартных коммуникативных задач на государственном языке Российской Федерации	<i>Знает:</i> основные правила публичных выступлений, этические нормы общения с коллегами и партнерами <i>Умеет:</i> учитывать особенности социальных, этнических, конфессиональных, культурных различий аудитории для реализации взаимодействия между партнерами.
	2. Ведет деловую переписку, учитывая особенности официально-делового делового стиля и речевого этикета.	<i>Знает:</i> особенности делового стиля и требований речевого этикета. <i>Умеет:</i> владеет коммуникативными навыками подготовки медиатекстов, навыками ораторского искусства и публичных выступлений.
	3. Умеет вести деловые переговоры на государственном языке Российской Федерации.	<i>Знает:</i> специфику организации деловых переговоров. <i>Умеет:</i> организовывать и вести в деловые переговоры.
	4. Использует лексико-грамматические и стилистические ресурсы на государственном языке Российской Федерации в	<i>Знает:</i> лексико-грамматические и стилистические ресурсы русского языка. <i>Умеет:</i> добиваться профессиональных задач в ходе организации

	зависимости от решаемой коммуникативной, в том числе профессиональной, задачи.	коммуникации с использованием всего лингвистического потенциала русского языка.
	5. Использует иностранный язык в межличностном общении и профессиональной деятельности, выбирая соответствующие вербальные и невербальные средства коммуникации.	<i>Знает:</i> особенностей вербальных и невербальных средств коммуникации. <i>Умеет:</i> организовать межличностное общение на иностранном языке с использованием вербальных и невербальных инструментов.
	6. Реализует на иностранном языке коммуникативные намерения устно и письменно, используя современные информационно-коммуникационные технологии.	<i>Знает:</i> современных информационно-коммуникативных технологий устного и письменного характера. <i>Умеет:</i> реализовать коммуникативные намерения в ходе вербальной и текстовой коммуникации на иностранном языке.
	7. Использует приемы публичной речи и делового и профессионального дискурса на иностранном языке.	<i>Знает:</i> правил организации профессионального дискурса на иностранном языке. <i>Умеет:</i> участвовать в профессиональном дискурсе на иностранном языке.
	8. Демонстрирует владения основами академической коммуникации и речевого этикета изучаемого иностранного языка.	<i>Знает:</i> речевого этикета и специфики академической коммуникации на иностранном языке. <i>Умеет:</i> организовывать научноакадемическую коммуникацию на иностранном языке.
	9. Умеет грамотно и эффективно пользоваться иноязычными источниками информации.	<i>Знает:</i> специфики организации и реализации иностранных источников информации <i>Умеет:</i> использовать иностранные источники информации в коммуникативных целях.
	10. Продуцирует на иностранном языке письменные речевые произведения в соответствии с коммуникативной задачей.	<i>Знает:</i> правила орфографии и грамматики иностранного языка, а также особенности организации текстовой речи. <i>Умеет:</i> добиваться целей в организации коммуникации на иностранном языке.
<i>Общепрофессиональные компетенции</i>		
<i>Общество и государство</i>		
ОПК-2 Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или)	1. Знает систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития	<i>Знает:</i> структуру, основные социальные и политические институты и процессы, характеризующие современное общество <i>Умеет:</i> анализировать социально-политические процессы и ситуации
	2. Способен учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов	<i>Знает:</i> исторические закономерности развития общества и государства <i>Умеет:</i> организовывать профессиональную деятельность с

медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	при создании медиатекстов и/или коммуникационных продуктов.	учетом специфики социально-политического контекста
<i>Аудитория</i>		
ОПК-4. Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	1. Соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп	<i>Знает:</i> источники социологических данных о запросах и предпочтениях общества. <i>Умеет:</i> выстраивает профессиональную деятельность на основе полученных социологических данных для удовлетворения потребностей объектов коммуникации.
	2. Использует основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности, учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании и медиапроектов (или) иных коммуникационных продуктов	<i>Знает:</i> основные методы сбора и обработки социологических данных, необходимых для профессиональной деятельности. <i>Умеет:</i> применять полученные социологические данные в профессиональной деятельности
<i>Медиакоммуникационная система</i>		
ОПК-5. Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	1. Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях	<i>Знает:</i> основные факторы, регулирующие развитие разных коммуникационных систем <i>Умеет:</i> выявлять тенденции и закономерности медиакоммуникационных аспектов общественно-политического развития региона, страны и мира
	2. Осуществляет свои профессиональные действия с учетом механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы	<i>Знает:</i> особенности влияния различных формальных и неформальных социальных институтов на медиасистему. <i>Умеет:</i> осуществлять профессиональную деятельность с учетом тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира
<i>Эффекты</i>		
ОПК-7. Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности	1. Знает цеховые принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности	<i>Знает:</i> особенности регулирования профессиональной деятельности с помощью законов и профессионально этических кодексов <i>Умеет:</i> критически анализировать информацию и учитывать требования этических кодексов при постановке целей профессиональной деятельности, выбора оптимальных путей и методов

		их достижения
	2. Осуществляет поиск корректных творческих приемов при сборе, обработке и распространении информации в соответствии с общепринятыми стандартами и законами в области средств массовой информации	<i>Знает:</i> эффекты и возможные последствия профессиональной деятельности с точки зрения социальной ответственности <i>Умеет:</i> прогнозировать последствия своей профессиональной деятельности на основе существующих практик
<i>Профессиональные компетенции профиля</i>		
ПК-1. Способен участвовать в координации работы технических, управленческих, творческих подразделений организаций сферы медиа и их взаимодействий с внешней средой	1. Знает основы структурирования медиаорганизаций и принципы взаимодействия медиаорганизаций с внешней средой	<i>Знает:</i> принципы и приемы взаимодействия организации с внешней средой <i>Умеет:</i> осуществлять взаимодействие организации с другими субъектами в зависимости от поставленных целей и задач.
	2. Умеет координировать работу технических, управленческих, творческих подразделений медиаорганизаций	<i>Знает:</i> основы управления деятельностью различными подразделениями медиаорганизаций <i>Умеет:</i> применять разные методы управления деятельностью организации, принимать решения и нести за них ответственность.
	3. Владеет навыками выстраивания взаимодействия медиаорганизации со внешней средой	<i>Знает:</i> основные теории и концепции взаимодействия людей, в том числе вопросы мотивации, коммуникации, лидерства и управления конфликтами <i>Умеет:</i> применять современные технологии эффективного влияния на индивидуальное и групповое поведение
ПК-2. Способен участвовать в проектной деятельности по созданию концепций медиапроектов и их реализации	1. Знает основы проектной деятельности по созданию концепций медиапроектов	<i>Знает:</i> основные формы проектной документации, необходимой для создания продукта профессиональной деятельности <i>Умеет:</i> ставить цели и формулировать задачи, связанные с реализацией профессиональной деятельностью по управлению проектами
	2. Умеет создавать концепции медиапроектов	<i>Знает:</i> современные концепции управления проектами <i>Умеет:</i> осуществлять разработку стратегических концепций и бизнес-планов проектов
	3. Владеет навыками реализации концепции медиапроектов	<i>Знает:</i> аналитические методы, связанные с принятием решения по проекту <i>Умеет:</i> составлять технические задания на разработку проектов и осуществлять его контроль в ходе реализации проекта
ПК-3. способен создавать,	1. Создает, обрабатывает, компонует информацию в	<i>Знает:</i> методы, способы и средства создания и обработки информации

обрабатывать, компоновать и осуществлять распространение (размещение) информации посредством использования соответствующих технических средств в различных средах и на различных носителях и платформах	различных средах и на различных носителях и платформах	<i>Умеет:</i> осуществлять комплексный подход к решению задач, самостоятельно формулировать проблему и предлагать обоснованный алгоритм ее решения
	2. Осуществляет распространение информации в различных средах и на различных носителях и платформах (размещение)	<i>Знает:</i> теоретические основы сетевых технологий, систему адресации в Интернете <i>Умеет:</i> профессионально грамотно использовать различные технологии в профессиональной деятельности при размещении информации в различных средах и на различных носителях.
	3. Отбирает релевантную информацию из доступных источников	<i>Знает:</i> сущность и значение информации в развитии современного информационного общества; опасности и угрозы, возникающие в этом процессе; <i>Умеет:</i> осуществлять отбор информации, оценивать ее достоверность, релевантность, актуальность.
	4. Использует соответствующие технические средства для создания, обработки, компоновки и распространения (размещения) информации для дальнейшего доведения её до аудитории	<i>Знает:</i> прикладное программное обеспечение для работы с информацией и медиаконтентом <i>Умеет:</i> использовать прикладные программы, обеспечивающие доступ и безопасную работу с информацией и медиаконтентом

2. Определение темы ВКР

2.1. Примерный перечень тем выпускных квалификационных работ

Примерный перечень тем ВКР ежегодно формируется кафедрой совместно с представителями организаций-работодателей, обсуждается и утверждается на заседании кафедры.

Примерный перечень тем ВКР

1. Формирования репутации репутационного капитала компании средствами медиа (на примере организации по выбору студента).
2. Публицитный капитал как основа репутации организации.
3. Организация деятельности организации по продвижению своей продукции (отрасль по выбору студента).
4. Управление качеством медиакommunikаций (на примере организации по выбору студента).
5. Информационные показатели качества коммуникаций в Интернет-среде.
6. Система сбалансированных показателей профессиональной компетентности специалиста в области медиакommunikаций (на примере организации по выбору).

7. Проблемы выбора медиастратегии развития организации (на примере организации по выбору студента).
8. Оценка эффективности воздействия рекламного текста (на примере медианосителя / медианосителей) по выбору студента.
9. Разработка проекта PR-мероприятия (на примере организации по выбору студента).
10. Разработка проекта коммуникационной кампании организации (на примере организации по выбору студента).
11. Имидж организации как один из направлений бренд-менеджмента (на примере организации по выбору студента).
12. Образовательные программы в системе внутренних коммуникаций организации (на примере организации по выбору студента).
13. Интернет-выставки.
14. Внутренние коммуникации как компонент имиджа компании (на примере организации).
15. Анализ регионального рынка медиа (на примере медианосителя по выбору студента).
16. Анализ и совершенствование комплекса продвижения организации (на примере организации по выбору студента).
17. Анализ и совершенствование марочной политики организации (на конкретном примере).
18. Управление PR-деятельностью организации.
19. Анализ системы маркетинговых коммуникаций предприятия (на примере организации по выбору студента).
20. Особенности отраслевой рекламы (на примере организации по выбору студента).
21. Разработка плана маркетингового исследования в области медиа (на примере организации по выбору студента).
22. Исследование поведения потребителей (на примере организации по выбору студента).
23. Оценка эффективности медиапродукта
24. Позиционирование как долгосрочная стратегия развития бренда.
25. Особенности позиционирования бренда (товарная категория по выбору).
26. Особенности бренд-коммуникаций (на примере организации по выбору студента).
27. Слоган как элемент бренд-коммуникаций (товарная категория по выбору).
28. Корпоративная культура в развитии брендов компании (на примере организации по выбору студента).
29. Интеллектуальный капитал и мотивация в развитии корпоративной культуры.
30. Мотивационный анализ и сегментирование в брендинге.
31. Современные стратегии создания и продвижения бренда на рынке.

32. Особенности стратегического развития бренда (на примере организации по выбору студента).
33. Интернет-брендинг.
34. Имплицитное воздействие в рекламном тексте.
35. Способы аргументации в медиатекстах коммерческой рекламы (на материале одной товарной категории).
36. Способы аргументации в медиатекстах политической рекламы
37. Способы аргументации в медиатекстах социальной рекламы
38. Средства выразительности, используемые в заголовках медиатекстов.
39. Сопоставительный анализ рекламных текстов (заголовков, ОРТ) в гляцевых и недорогих журналах (на материале одной товарной категории).
40. Коммуникативные стратегии в медиатекстах, рассчитанных на разные типы аудитории.
41. Способы адресации в медиатексте.
42. Средства создания медиаобраза.
43. Приемы языковой игры в медиатекстах.
44. Особенности информации в рекламных текстах разных жанров.
45. Поликодовое пространство медиатекста.
46. Способы выражения оценки в медиатексте.
47. Потенциал речевого воздействия медиатекста: стратегии и приемы.
48. Приемы синестезии в рекламных текстах.
49. Рекламные и PR-жанры в современном интернет-пространстве.
50. SMS- коммуникация: коммуникативные механизмы, особенности языка и стиля SMS- сообщений.
51. MMS-продвижение: коммуникативные механизмы, особенности стиля MMS-сообщений.
52. Блоги и интернет-журналы как носители информации.
53. Разработка медиапродукта (для организации по выбору студента).

2.2. Сроки выбора и утверждения тем выпускных квалификационных работ

Кафедра доводит до сведения студентов тематику выпускных квалификационных работ не позднее 1 мая года, предшествующего защите выпускной квалификационной работы учебного года. Информация размещается на сайте филиала в разделе «Дипломнику».

Закрепление темы обучающихся осуществляется на основании их личных заявлений на имя заведующего кафедрой по форме согласно приложению А. При закреплении темы и назначении научного руководителя выпускной квалификационной работой заведующий кафедрой имеет право уточнить формулировку темы, скорректировать тему выпускной квалификационной работы студента. Студент имеет право предложить собственную тему выпускной квалификационной работы, предоставив

заявление на имя заведующего кафедрой с обоснованием целесообразности ее разработки. При рассмотрении инициативной темы выпускной квалификационной работы студента заведующего кафедрой имеет право принять предложенную тему, аргументировано отклонить ее, или, при согласии студента, переформулировать. Студент обязан выбрать тему выпускной квалификационной работы до 30 июня года, предшествующего защите выпускной квалификационной работы учебного года.

На основании заявлений студентов, согласованных с потенциальными руководителями выпускных квалификационных работ и подписанных заведующим кафедрой, кафедра готовит приказ о закреплении тем выпускных квалификационных работ за студентами и назначении научных руководителей выпускными квалификационными работами и, при необходимости, консультантов. Закрепление тем выпускных квалификационных работ за студентами и назначение научных руководителей осуществляется приказом Ярославского филиала Финансового университета в установленном порядке не позднее 15 сентября учебного года, завершающего обучение.

2.3. Сроки изменения или уточнения темы выпускных квалификационных работ

Изменение темы выпускной квалификационной работы в исключительных случаях возможно не позднее, чем за 2 месяца, а уточнение темы — не позднее, чем за 1 месяц до предполагаемой даты защиты на основании согласованного с руководителем выпускной квалификационной работы личного заявления студента, составленного на имя заведующего кафедрой, с обоснованием причины корректировки.

Изменение или уточнение темы выпускной квалификационной работы студентов оформляется приказом Ярославского филиала Финансового университета.

3. Руководство и контроль подготовки ВКР

3.1. Непосредственное руководство выпускной квалификационной работой осуществляет руководитель из числа профессорско-преподавательского состава кафедры. К руководству выпускными квалификационными работами привлекаются высококвалифицированные преподаватели (как правило, имеющие ученые степени и (или) ученые звания). Рекомендуются закрепление за одним руководителем не более 10-ти обучающихся, в том числе не более 2-х коллективов.

В обязанности руководителя выпускной квалификационной работой входит:

- консультирование обучающегося в соответствии со сроками, установленными приказом Ярославского филиала Финансового университета «Об утверждении перечня тем выпускных квалификационных работ и сроках их подготовки студентами, обучающимися по программам высшего образования – программам бакалавриата в Ярославском филиале Финансового университета»;
- разработка задания на выпускную квалификационную работу (по

форме согласно приложению Б);

- оказание помощи в подготовке плана выпускной квалификационной работы;

- консультирование обучающегося по подбору литературы и фактического материала;

- содействие в выборе методики исследования;

- проведение систематических консультаций с обучающимся по проблематике работы, предоставление квалифицированных рекомендаций по содержанию выпускной квалификационной работы;

- осуществление постоянного контроля за ходом выполнения выпускной квалификационной работы в соответствии с графиком и планом выпускной квалификационной работы;

- осуществление контроля за качеством подготовки выпускной квалификационной работы и принятие решения о размещении завершенной выпускной квалификационной работы обучающимся на информационно-образовательном портале (ИОП);

- информирование заведующего кафедрой и заместителя директора по учебно-методической работе филиала в случае несоблюдения обучающимся сроков подготовки выпускной квалификационной работы в соответствии с п. 5 данных методических рекомендаций для применения мер воздействия, предусмотренных Правилами внутреннего трудового и внутреннего распорядка обучающихся, утвержденными приказом Финансового университета от 15 июля 2013 года № 1335/о;

- информирование служебной запиской заведующего кафедрой о неготовности выпускной квалификационной работы, в том числе и к размещению на ИОП;

- консультирование обучающегося при подготовке презентации и доклада для защиты выпускной квалификационной работы;

- представление письменного отзыва о работе обучающегося в период подготовки выпускной квалификационной работы по форме согласно приложению В;

- в обязательном порядке проверяет выпускную квалификационную работу в системе «Антиплагиат. ВУЗ». В случае выявления заимствований в объеме более 15%, научный руководитель проводит анализ текста на соблюдение норм правомерного заимствования и принимает решение о правомерности использования заимствованного текста в выпускной квалификационной работе. Экспертная оценка уровня авторского текста в выпускной квалификационной работе отражается в отзыве руководителя выпускной квалификационной работой. В случае выявления факта неправомерного заимствования при подготовке выпускной квалификационной работы работа возвращается руководителем выпускной квалификационной работой обучающемуся на доработку;

- размещение отзыва на ИОП;

- присутствие на защите выпускной квалификационной работы, при условии его незанятости в аудиторной работе со студентами.

В ходе подготовки выпускной квалификационной работы допускается замена руководителя выпускной квалификационной работой. При этом, если замена руководителя выпускной квалификационной работой происходит в случае кадровых изменений или неудовлетворительной оценки работы руководителя с обучающимся, полученной по результатам его заслушивания на заседании кафедры, согласие обучающегося не требуется.

Замена руководителя выпускной квалификационной работой осуществляется приказом Ярославского филиала Финансового университета о замене руководителя выпускной квалификационной работой. Проект приказа готовит заведующий кафедрой и согласовывает с директором филиала.

3.2. При необходимости заведующий кафедрой может привлекать для консультирования обучающегося консультанта из числа профессорско-преподавательского состава другой кафедры по согласованию с заведующим этой кафедры.

Консультант обязан:

- оказывать консультационную помощь обучающемуся в выборе методики исследования, в подборе литературы и фактического материала в части содержания консультируемого вопроса;
- давать квалифицированные рекомендации в части содержания консультируемого вопроса;
- контролировать ход выполнения выпускной квалификационной работы в части содержания консультируемого вопроса.

3.3. Обучающийся обязан:

- разработать и согласовать с руководителем план подготовки выпускной квалификационной работы;
- систематически работать над выпускной квалификационной работой в соответствии с установленными сроками и требованиями, использовать методические рекомендации кафедры;
- регулярно общаться с руководителем выпускной квалификационной работы (и консультантом — при его наличии) и информировать его о проделанной работе;
- предоставить выпускную квалификационную работу в установленные сроки.

3.4. В отзыве руководителя выпускной квалификационной работой (приложение В) должны быть отражены следующие аспекты:

- соответствие заявленных целей и задач теме выпускной квалификационной работы;
- соответствие полученных результатов заявленным цели и задачам;
- умение проводить исследование в профессиональной деятельности (умение анализировать, владеть методами исследования и представления результатов);
- характеристика использования в работе инструментария математики, математического моделирования, расчетов, статистических

методов, пакетов специальных прикладных программ и т. п.;

— наличие конкретных предложений и рекомендаций, сформулированных в выпускной квалификационной работе, ценность полученных результатов;

— степень самостоятельности при работе над выпускной квалификационной работой (самостоятельность изложения и обобщения материала, самостоятельная интерпретация полученных результатов, обоснованность выводов);

— уровень сформированности компетенций, продемонстрированный в ходе подготовки выпускной квалификационной работы (перечень компетенций установлен методическими рекомендациями по выполнению выпускной квалификационной работы в соответствии с ФГОС ВО);

— соответствие доли заимствований в выпускной квалификационной работе требованиям Финуниверситета (не более 15%);

— недостатки в работе обучающегося в период подготовки выпускной квалификационной работы;

— соответствие выпускной квалификационной работы требованиям, предъявляемым к выпускным квалификационным работам, и может (не может) быть рекомендована к защите на заседании ГЭК.

4. Структура и содержание ВКР

Выпускная квалификационная работа включает:

- титульный лист (Приложение Г);
- оглавление;
- введение, основную часть, структурированную на главы и параграфы;
- заключение;
- список использованных источников;
- приложения (при наличии).

Введение выполняет функцию программы всей работы, является его теоретическим обоснованием, выявляет актуальность, формирует цель и задачи исследования, определяет предмет изучения, показывает степень изученности темы, новизну работы и ее структуру.

Процесс написания введения является сложным, поэтому над ним нужно работать особенно тщательно, возвращаясь к нему после того, когда написана ВКР в целом.

Введение должно занимать примерно 5 страниц при общем объеме ВКР 60-70 страниц (без приложений). Схема введения такова:

1. Обоснование темы: актуальность, степень ее разработанности.
2. Выявление объекта и предмета исследования.
3. Определение цели и задач исследования.
4. Новизна проводимого исследования.
5. Методологическая основа работы.
6. Структура работы: количество глав (параграфов), логика их

построения.

Обоснование *актуальности* темы исследования возможно в методологическом и ситуативном ключе. В зависимости от характера изучаемой проблемы и состояния ее решения автор может подтвердить актуальность темы указанием на ее неразработанность, дискуссионный характер; важностью применения новых методов, влиянием других общественно-политических практик и инициатив. Любые вновь принимаемые законы, указы, постановления органов государственной власти РФ и отдельных субъектов РФ, касающиеся рассматриваемых в дипломном исследовании вопросов, дают достаточный повод для углубленного изучения проблемы.

Объект исследования представляет собой фрагмент действительности, *предмет* является стороной (частным случаем) по отношению к объекту, которая непосредственно изучается.

В определении *цели* намечается стратегия всего исследования, и осознается в целом конечный результат работы автора. *Задачи* исследования темы намечают пути, средства и методы достижения поставленной цели, т.е. выполняют роль тактического плана для обеспечения стратегической программы исследования в целом. Решение всех поставленных задач в итоге должно обеспечить выполнение конечной цели изучения.

Новизна исследования определяется тем, что именно, автор как самостоятельный исследователь вносит нового в изучение данной темы и решение исследовательских задач. Обоснование новизны темы должно быть четким и аргументированным, подкреплено результатами анализа литературы. Только в этом случае можно прийти к правильному пониманию научной значимости, сформулировать цель и задачи исследования.

Основная часть ВКР содержит, как правило, две главы: теоретическую и практическую.

Каждая глава состоит из двух и более параграфов. Название главы не должно дублировать название темы, а название параграфов - названия глав.

Выделение конкретных вопросов темы начинается еще в момент составления плана, затем уточняется и корректируется в процессе написания запланированных глав и завершается в результате редактирования текста, подготовки его к защите.

Обычным правилом разбивки ВКР является выделение глав и параграфов. Принципы деления результатов исследования на части возникают в процессе углубленного анализа содержания и зависят от особенностей темы, характера собранного и изученного материала, цели и задач исследования.

Выводы в конце каждой главы дают возможность сформулировать итоги по отдельным этапам исследования и освободить общие выводы по работе в целом от второстепенных подробностей в заключении. Стройность и логичность построения текста, целеустремленность изложения содержания обеспечиваются строгим целевым назначением каждой главы или параграфа, когда они являются развитием общего содержания работы.

Заголовки к главам и параграфам являются кратким выражением содержания этих частей. Заголовок должен отражать сущность содержания, быть четким и немногословным, грамотно сформулированным и недвусмысленным в своем словесном выражении.

Правильное выделение глав и параграфов, умелое композиционное построение текста, тщательное продумывание заголовков и оформление выводов - все это в самом лучшем виде может характеризовать ВКР.

Первая глава, как правило, носит теоретико-методологический характер. Здесь можно дать историю вопроса, показать степень его изученности на основе обзора соответствующей отечественной и зарубежной литературы. В первой главе должны быть раскрыты понятия и сущность изучаемого явления или процесса, уточнены формулировки и др. Кроме того, в первой главе можно остановиться на тенденциях развития тех или иных процессов, например, формировании новых политических структур, показать динамику развития того или иного института или процесса и т.п.

В этой главе можно подробно остановиться на освещении проблемнотеоретических аспектов темы исследования, рассмотреть их с различных методологических позиций. Для этого целесообразно провести обзор литературы по методам решения задач дипломного исследования, выявить различия в основных подходах и точках зрения на рассматриваемую проблему, увязать главные теоретические положения с практикой.

Завершается первая часть формулированием общих требований к исходной информации для решения задач практической части, где они конкретизируются. По объему первая глава не должна превышать 30% всей работы.

Содержание второй главы носит практический характер. Это самостоятельный коммуникативный, политический, экономический, правовой, финансовый и статистический анализ собранного материала. Анализ проводится с использованием различных методов: сравнительного, дискурсивного, диагностического, системно-логического, социологического, структурно-функционального, институционального, возможно и применение экономико-математических и статистических методов.

Эмпирические (социологические, экспериментальные) исследования являются возможным и желательным компонентом. Можно также повторно анализировать чужие исследования, но более приемлемо проводить их самостоятельно. Как правило, описание эмпирического исследования интегрируется в практическую часть дипломной работы.

Во второй главе рекомендуется также остановиться на прикладном значении исследования, раскрыть результаты анализа. Особое значение следует придать аргументации выдвигаемых предложений, поиску путей и средств их эффективной реализации на практике. Конкретные рекомендации для улучшения положения дел в сфере политики и управления разрабатываются в соответствии с тремя различными подходами.

Нормативный подход, при котором разрабатываемые предложения основываются на конкретных нормативных материалах. Особое внимание

уделяется правовым актам, а также актам методического характера, принимаемым органами государственной власти.

Научно-методический подход предполагает при разработке мероприятий основываться на прямом или косвенном использовании требований, методик и рекомендаций научных исследований, разработок НИИ, других учебных и научных учреждений, аналитических и консалтинговых агентств.

Экспериментальный подход используется тогда, когда предложения и мероприятия основываются на результатах экспериментов, проведенных дипломником в ходе дипломного исследования непосредственно на объекте.

Объем 2 главы – до 60 % общего объема.

Заключение. Заключение работы, как и введение, является важной частью основного содержания и ВКР. Заключение подводит итог всего сделанного автором. В нем обобщаются результаты, изложенные в главах, даются окончательные выводы по изучению темы. В процессе написания заключения происходит не механическое сокращение объема изложенных результатов исследования, а новое, на более высоком уровне проводимое осмысление научных результатов, продолжается процесс решения задач и достижения цели исследования, осуществляется завершающий этап исследования, абстрагирование от частных до уровня теоретического обобщения. В то же время — это не тезисы, которые требуют доказательства, а обоснованные научные положения, доказанные в главах.

В заключении необходимо обеспечить некоторые позиции как обязательное условие отчета о сделанной работе:

- провести мысль о достижении цели и решении задач, сформулированных во введении;
- сформулировать основные выводы;
- изложить предложения по дальнейшему научному освоению темы;
- дать рекомендации для научного или практического использования результатов.

Объем заключения составляет примерно 4 страницы.

Следует иметь в виду, что не должно быть противоречий между выводами в главах и выводами в заключении. В то же время выводы заключения не могут быть дословным пересказом выводов к главам. Выводы из глав обобщаются при создании заключения, формулируются уже не на материале каждой отдельно взятой главы, а на базе результатов исследования всей темы в целом и, следовательно, на иной логико-познавательной основе, на более широком содержательном фоне, с иными возможностями к обобщению.

Список литературы. Для выявления литературы и источников нужно пользоваться различными каталогами, реферативными сборниками, использовать библиографические указатели различных видов (указатели ИНИОН, «Социальные и гуманитарные науки», Реферативный журнал и др.).

Следует учитывать, что сведения о вновь издающейся литературе приводятся во всех политологических журналах. Также, новые названия

следует искать в тексте изучаемой литературы, в прикнижных списках и сносках.

Можно использовать соответствующие программные комплексы, созданные в помощь студентам для ведения списков и учета сносок - Citation, Legal Citation, College BAR, CiteMaster (Мастер Цитирования) и пр.

В список литературы включаются все цитированные источники и прочитанная литература, которая относится к теме и оказала существенное влияние на содержание работы. Иными словами, список литературы не обязательно следует ограничить только цитированными произведениями, но все цитированные источники должны быть указаны.

Список литературы не должен превышать 40-50 наименований. В составе приложений могут быть представлены графики, таблицы, схемы, рисунки, позволяющие раскрыть тему, имеющие вспомогательное значение для текста работы, но не включенные в ее основную часть.

Объем выпускной квалификационной работы составляет 60-80 страниц (без учета приложений).

5. Порядок подготовки ВКР

Сроки составления плана и задания на ВКР.

Составление плана выпускной квалификационной работы и утверждение его научным руководителем – до 1 октября.

Сроки предоставления глав ВКР

Предоставление первой главы выпускной квалификационной работы научному руководителю – до 30 октября; второй главы – до 30 ноября.

Предоставление текста выпускной квалификационной работы на бумажном носителе с отчетом о результатах проверки в системе «Антиплагиат» на кафедру – до 15 января.

Проведение предварительной защиты выпускной квалификационной работы – до 25 января.

Обучающийся обязан разместить с разрешения руководителя законченную и оформленную в соответствии с методическими рекомендациями кафедры ВКР в электронном виде (далее – ЭВКР) на ИОП не позднее 10-ти календарных дней до начала ГИА согласно календарному графику, ежегодно утверждаемому приказом об организации учебного процесса.

Если обучающийся не разместил ЭВКР на ИОП в указанные сроки заведующий кафедрой незамедлительно служебной запиской информирует руководство филиала о подготовке проекта приказа об отчислении обучающегося из Финансового университета как не выполнившего обязанностей по добросовестному освоению образовательной программы и выполнению учебного плана, включая подготовку ВКР.

Руководитель после размещения подготовленной ВКР на ИОП составляет письменный отзыв о работе обучающегося в период подготовки ВКР и размещает его на ИОП. Руководитель обеспечивает ознакомление

студента с отзывом не позднее, чем за 5 календарных дней до даты защиты ВКР.

ВКР в распечатанном и переплетенном виде, соответствующем электронной версии, размещенной на ИОП, подписывается обучающимся, руководителем, консультантом (при наличии) и представляется обучающимся вместе с письменным разрешением обучающегося на размещение ВКР на ИОП (приложение Д), отзывом руководителя ВКР (приложение В) и отчетом о проверке на заимствования по системе «Антиплагиат» на кафедру не позднее 5-ти календарных дней до даты защиты ВКР.

Отчет о проверке на заимствования по системе «Антиплагиат» оформляется на отдельном листе и подтверждается подписью студента и научного руководителя, проводившего проверку. Делается запись:

Оригинальность текста _____ % _____	_____
(подпись лица, проверявшего работу на антиплагиат)	(фамилия, инициалы)

Студент _____	_____	_____
	(подпись)	(фамилия, инициалы)

Кафедра регистрирует ВКР в журнале учета ВКР с указанием даты ее получения.

Получение отрицательного отзыва не является препятствием к представлению ВКР на защиту.

Если обучающийся не представил ВКР на бумажном носителе на кафедру в указанные выше сроки, заведующий кафедрой незамедлительно служебной запиской информирует заместителя директора по учебно-методической работе о необходимости подготовки проекта приказа об отчислении обучающегося из Финансового университета как не выполнившего обязанностей по добросовестному освоению образовательной программы и выполнению учебного плана, включая подготовку ВКР к защите.

6. Требования к оформлению ВКР

6.1. На титульном листе выпускной квалификационной работы указывается наименование факультета, департамента (кафедры), группы, название темы выпускной квалификационной работы, фамилия и инициалы автора работы и руководителя, год написания работы.

6.2. Оформление ВКР должно производиться по общим правилам ГОСТ 7.32-2017 в ред. изменения от 12.09.2018 «Отчет о научно-исследовательской работе. Структура и правила оформления».

6.3. Научно-справочный аппарат оформляется в соответствии с российскими национальными и межгосударственными ГОСТами:

ГОСТ Р 7.0.100-2018 «Система стандартов по информации, библиотечному и издательскому делу. Библиографическая запись. Библиографическое описание. Общие требования и правила составления»

(утвержден и введен в действие Приказом Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии от 3 декабря 2018 года № 1050-ст);

ГОСТ 7.80-2000 «Система стандартов по информации, библиотечному и издательскому делу. Библиографическая запись. Заголовок. Общие требования и правила составления» (утвержден и введен в действие Постановлением Государственного комитета Российской Федерации по стандартизации и метрологии от 06.10.2000 № 253-ст);

ГОСТ 7.82-2001 «Система стандартов по информации, библиотечному и издательскому делу. Библиографическая запись. Библиографическое описание электронных ресурсов» (утвержден и введен в действие Постановлением Государственного комитета Российской Федерации по стандартизации и метрологии от 04.09.2001 № 369-ст);

ГОСТ Р 7.0.12-2011 «Система стандартов по информации, библиотечному и издательскому делу. Библиографическая запись. Сокращение слов на русском языке. Общие требования и правила» (утвержден и введен в действие Приказом Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии от 13 декабря 2011 года № 813-ст);

ГОСТ 7.11-2004 «Система стандартов по информации, библиотечному и издательскому делу. Библиографическая запись. Сокращение слов и словосочетаний на иностранных европейских языках» (принят Межгосударственным советом по стандартизации, метрологии и сертификации (протокол №24 от 5 декабря 2003 года).

2.4. ВКР оформляется в текстовом редакторе на листах бумаги формата А4, содержит примерно 1800 знаков на странице (включая пробелы и знаки препинания). Текст следует набирать через 1,5 интервала, шрифт Times New Roman, размер шрифта – min - 13, max - 14, в таблицах – размер шрифта 12, в подстрочных сносках – размер шрифта 10. Подчеркивание слов и выделение их курсивом не допускается.

6.5. Страницы, на которых излагается текст, должны иметь поля: верхнее и нижнее – не менее 20 мм; левое – не менее 30 мм; правое – не менее 10 мм; колонтитулы: верхний - 2; нижний - 1,25.

6.6. Названия структурных элементов «ВВЕДЕНИЕ», «ЗАКЛЮЧЕНИЕ», «СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ (ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ) И ИНТЕРНЕТ-РЕСУРСОВ», являющиеся заголовками, печатаются прописными буквами, а названия параграфов (подзаголовки) – строчными буквами (кроме первой прописной). Заголовки и подзаголовки при печатании текста письменной работы на принтере выделяются полужирным шрифтом.

Заголовки, подзаголовки и подстрочные сноски (состоящие из нескольких строк) печатаются через одинарный интервал.

Заголовки «ВВЕДЕНИЕ», «ЗАКЛЮЧЕНИЕ», «СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ (ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ) И ИНТЕРНЕТ-РЕСУРСОВ» выравниваются по центру. Названия глав и параграфов выравниваются по ширине с отступом абзаца 1,25 см.

6.7. Абзацный отступ должен соответствовать 1,25 см и быть одинаковым по всей работе.

6.8. Нумерация разделов производится арабскими цифрами, а именно:

Пример – 1 Классификация женских образов в журнальной рекламе

1.1 Особенности рекламы в журнале

Главы делятся на параграфы и нумеруются арабскими цифрами, а именно:

Пример – 1 Классификация женских образов в журнальной рекламе

1.1 Особенности рекламы в журнале

Параграфы (разделы) должны иметь нумерацию в пределах каждой главы (раздела), а главы (разделы) – в пределах всего текста работы.

Если глава содержит только один параграф (что нежелательно), то нумеровать его не нужно.

6.8.1. Пример оформления содержания:

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	3
1 Классификация женских образов в журнальной рекламе в журнале Cosmopolitan.....	8
1.1 Особенности рекламы в журнале Cosmopolitan	8
1.2 Семантическая структура печатной рекламы в журнале Cosmopolitan	15
1.3 Классификация женских образов в рекламе журнала Cosmopolitan	23
2 Эмпирическое исследование оценки женских образов в журнале Cosmopolitan.....	39
2.1 Обоснование плана эмпирического исследования.....	39
2.2 Анализ рекламных изображений при помощи метода семантического дифференциала.....	43
2.3 Интерпретация результатов.....	62
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	67
СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ (ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ) И ИНТЕРНЕТ-РЕСУРСОВ	73
Приложение №1	79

6.9. Нумерация страниц.

Страницы ВКР должны нумероваться арабскими цифрами, нумерация должна быть сквозная, по всему тексту работы. Номер страницы проставляют, начиная со второй, в центре нижней части листа без точки.

Титульный лист включается в общую нумерацию страниц работы, однако номер страницы на нем не ставится.

Если в работе имеются иллюстрации и таблицы на отдельном листе, то они включаются в общую нумерацию страниц работы.

Каждую главу работы следует начинать с нового листа.

Параграф начинать с нового листа не следует.

6.10. Иллюстрации и таблицы.

Если в работе имеются схемы, таблицы, графики, диаграммы, рисунки, то их следует располагать непосредственно после текста, в котором они упоминаются впервые, или на следующей странице. Иллюстрации следует нумеровать арабскими цифрами сквозной нумерацией (то есть по всему тексту) – 1,2,3, и т.д., либо внутри каждой главы – 1.1,1.2, и т.д.

Иллюстрации подписываются внизу и выравниваются по центру. Начало подписи начинается с уровня абзацного отступа. Например:

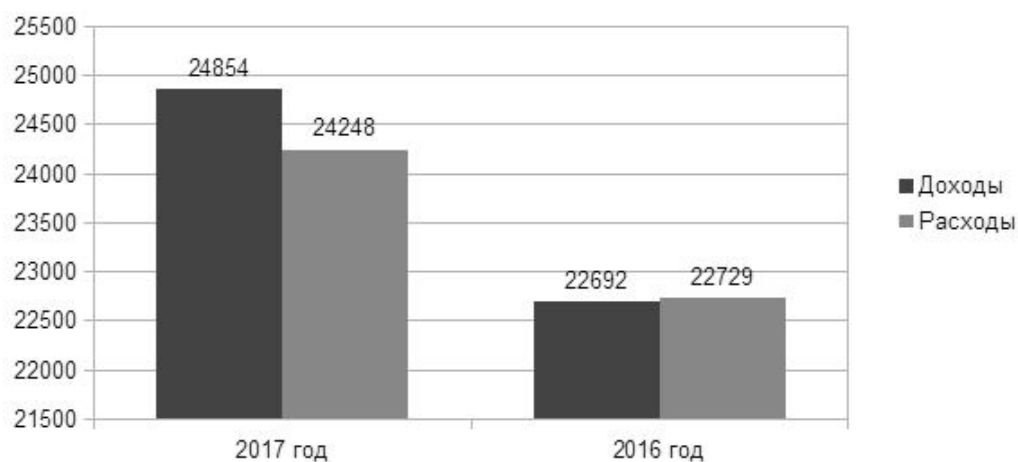


Рисунок 1 – Динамика доходов и расходов в 2016-2017 гг., тыс. руб.

При наличии в работе таблицы ее наименование (краткое и точное) должно располагаться над таблицей без абзацного отступа в одну строку. Таблицу, как и рисунок, располагать непосредственно после текста, в котором она упоминается впервые, или на следующей странице. Таблицы в тексте следует нумеровать сквозной нумерацией арабскими цифрами по всему тексту или в рамках главы (2.1 и т.д.). Если таблица вынесена в приложение, то она нумеруется отдельно арабскими цифрами с добавлением перед номером слова «Приложение» – Приложение 1.

Если таблица имеет заголовок, то он пишется с прописной буквы, и точка в конце не ставится. Разрывать таблицу и переносить часть ее на другую страницу можно только в том случае, если целиком не уместается на одной странице. При этом на другую страницу переносится и шапка таблицы, а также заголовок «Продолжение таблицы».

Пример оформления таблицы:

Таблица 2.1 – Расходы на оплату труда

Должность	Количество	Зарплата, руб.
1	2	3
Генеральный директор	1	55000
Исполнительный директор	1	40000
Бухгалтер	1	25000
Итого:		

6.11. Цитирование, ссылки и сноски.

При дословном использовании материала для подтверждения важной мысли или существенного положения используется цитирование. При цитировании необходимо соблюдать следующие правила:

текст цитаты заключается в кавычки, и приводится в той грамматической форме, в какой он дан в источнике, с сохранением особенностей авторского написания;

цитирование должно быть полным, без произвольного сокращения цитируемого фрагмента и без искажения смысла. Пропуск слов, предложений, абзацев при цитировании допускается, если не влечет искажение всего фрагмента, и обозначается многоточием, которое ставится на место пропуска;

если цитата включается в текст, то первое слово пишется со строчной буквы;

если цитата выделяется из основного текста, то ее пишут от левого поля страницы на расстоянии абзацного отступа, при этом каждая цитата должна сопровождаться ссылкой на источник.

В случае цитирования необходима ссылка на источник, откуда приводится цитата, оформленная в соответствии с национальным стандартом Российской Федерации ГОСТ Р 7.0.5-2008 «Система стандартов по информации, библиотечному и издательскому делу. Библиографическая ссылка. Общие требования и правила составления» (утвержден и введен в действие Приказом Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии от 28 апреля 2008 г. № 95-ст).

В ВКР используются ссылки в форме подстрочных сносок, которые оформляются внизу страницы, где расположен текст, например, цитата. Для этого в конце текста (цитаты) ставится цифра или звездочка, обозначающая порядковый номер сноски на данной странице. Например,

«Накачка мировой экономики деньгами усилилась, когда в 1999 г. администрация США сняла ограничения на запрет банкам, венчурным, пенсионным и другим фондам заниматься инвестициями, выпуском ипотечных бумаг, игрой на валютных биржах и фондовых рынках, другими высокорискованными, но приносящими максимальные прибыли спекулятивными операциями. Неконтролируемый рост денежной массы привел к тому, что с 2006 г. ФРС США вообще перестал контролировать ее общий индекс».¹

¹. Бушуев В.В. Финансовые кризисы и волатильность нефтяного рынка // Мировой кризис и глобальные перспективы энергетических рынков : (материалы совместного заседания Ученых советов Института мировой экономики и международных отношений РАН и Фонда «Институт энергетики и финансов» 22 мая 2009 г.) / сост. и науч. ред. С. В. Чебанов. М.: ИМЭМО РАН, 2009. С. 67.

Нумерация подстрочных сносок может быть сквозной по всему тексту письменной работы.

Ссылки на главы, рисунки, таблицы должны начинаться со строчной буквы, например, см. рис.2.5., результаты приведены в табл.3.1....

6.12. Список литературы (использованных источников) и интернет-ресурсов

После заключения, начиная с новой страницы, необходимо поместить список литературы (использованных источников) и интернет-ресурсов.

Список литературы (использованных источников) должен содержать подробную и достаточную информацию о каждом использованном источнике. Такая информация различна в зависимости от вида источника.

В любом случае, основой оформления списка использованных источников является библиографическое описание источников в соответствии с вышеперечисленными ГОСТами.

6.13. Образцы библиографических описаний документов в списках литературы

1. Описание книги одного автора

Никифорова Н. А. Комплексный экономический анализ : учеб. для напр. бакалавриата «Экономика» и «Менеджмент» / Н. А. Никифорова ; Финуниверситет. — Москва : Кнорус, 2021. — 439 с. — (Бакалавриат).

Шитов В. Н. История финансов России : учеб. пособие для студентов вузов, обуч. по спец. «Финансы и кредит», напр. «Экономика» (квалиф. (степень) «бакалавр») / В. Н. Шитов. — 3-е изд., стер. — Москва : Кнорус, 2020. — 156 с. — (Бакалавриат).

2. Описание книги 2, 3-х авторов

Перская В. В. Интеграция в условиях многополярности. Эволюция теории и практики реализации = Integration processes amid multipolarity. Evolution of theory and practice of implementation : монография / Перская В. В., Эскиндаров М. А. — Москва : Экономика, 2016. — 383 с.

Валишин Е.Н. Теория и практика управления человеческими ресурсами : учеб. пособие / Е. Н. Валишин, И. А. Иванова, В. Н. Пуляева ; Финуниверситет. — Москва: Русайнс, 2020. — 127 с.

Rose P. S. Bank Management & Financial Services / P. S. Rose, S. Hudgins. — 8-th ed. — Boston : Mc Graw Hill, 2010. — 734 p.

3. Описание книги 4-х авторов

История России : учебник / А. С. Орлов, В. А. Георгиев, Н. Г. Георгиева, Т. А. Сивохина ; МГУ им. М. В. Ломоносова. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва : Проспект, 2020. — 528 с.

IELTS Foundation: Student's Book. CEF Levels B1-B2 / Andrew Preshous, Rachael Roberts, Joanna Preshous, Joanne Gakonga. — 2-nd ed. — Oxford : Macmillan Publishers Limited, 2014. — 176 с. — (Macmillan Exams).

4. Описание книги 5-ти и более авторов

Современная архитектура финансов России : монография / М. А. Эскиндаров, В. В. Масленников, М. А. Абрамова [и др.] ; под ред. М. А. Эскиндарова, В. В. Масленникова ; Финуниверситет. — Москва : Когито-Центр, 2020. — 487 с.

Сто лет развития. 1919-2019 / авт.-сост.: Я. А. Пляйс, С. Л. Анохина, Т. А. Мирошникова [и др.] ; под общ. ред. М. А. Эскиндарова ; Финансовый ун-

т при Правительстве Российской Федерации. — Москва : Международные отношения, 2019. — 696 с.

5. Описание сборников

Сборник научных статей V Международной научной конференции «Институциональная экономика: развитие, преподавание, приложения», 15 ноября 2017 г. — Москва : ГУУ, 2017. — 382 с.

Сборник избранных статей молодых ученых / Ин-т экономики РАН ; под ред. И. А. Болдырева, М. Ю. Головнина, Р. С. Гринберга. — Москва : Экономика, 2010. — 288 с. — (Библиотека Новой экономической ассоциации /ред. кол. серии: В. М. Полтерович, М. А. Эскиндаров, Б. М. Смитиенко [и др.]).

6. Описание статей из газет, журналов и сборников

Четвериков В. М. Особенности и интенсивность распространения COVID-19 в странах большой экономики // Вопросы статистики. — 2020. — № 6. — С. 86-104.

Баталова А. Пусть в финансовую элиту. Более 400 школьников стали победителями и призерами олимпиады «Миссия выполнима!» / Баталова А., Дуэль А. // Российская газета. — 2020. — 5 марта. — № 48. — С. 10.

Рыкова И. Н. Оценка кредитоспособности компаний нефтегазовой отрасли в современных условиях развития банковской деятельности / И. Н. Рыкова, Д. Ю. Табуров, А. В. Борисова // Банковское дело. — 2019. — № 12. — С. 41-50.

Пивоварова М. А. Кластерные инициативы: общее и особенное / М. А. Пивоварова // Кластерные инициативы в формировании прогрессивной структуры национальной экономики : сб. науч. тр. 2-й Международной науч.-практич. конф. (17-18 марта 2016 г.). Т.1 / Юго-Западный гос. ун-т ; отв. ред. А. А. Горохов. — Курск, 2016. — С. 173-177.

Morozko N. I. (Морозко Н.И.) Business management strategy based on value-oriented concepts / Morozko N. I. (Морозко Н. И.), Didenko V. Y. (Диденко В. Ю.) // The Strategies of Modern Science Development: Proceedings of the X International scientific-practical conference (North Charleston, USA, 12-13 April 2016). — USA, North Charleston, 2016. — pp. 79-81.

7. Описание нормативных правовых актов

Бюджетный кодекс Российской Федерации: по состоянию на 20 февраля 2019 г. : сравнительная таблица изменений. — Москва : Проспект, 2019. — 368 с.

Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации : Федер. закон № 131-ФЗ : [принят Государственной думой 16 сент. 2003 г.: одобрен Советом Федерации 24 сент. 2003 г.]. — Москва : Проспект ; Санкт-Петербург : Кодекс, 2017. — 158 с.

О внесении изменений в Федеральный закон «О специальной оценке условий труда» : Федер. закон от 27 дек. 2019 №451-ФЗ : принят Государственной Думой 17 дек. 2019 г. : одобрен Советом Федерации 23 дек. 2019 г. // Российская газета. — 2019. — 30 дек. — № 295. — С. 14.

Об образовании в Российской Федерации : Федер. закон от 29 дек. 2012

г. № 273-ФЗ : [принят Государственной Думой 21 дек. 2012 г. : одобрен Советом Федерации 26 дек. 2012 г.] // Собрание законодательства Российской Федерации. – 2012. – 31 дек. – № 53. – Ст. 7598.

ГОСТ Р 57564–2017. Организация и проведение работ по международной стандартизации в Российской Федерации = Organization and implementation of activity on international standardization in Russian Federation : изд. офиц. : утв. и введен в действие Приказом Федерального агентства по технич. регулированию и метрологии от 28 июля 2017 г. № 767-ст : дата введения 2017-12-01 / разработан Всероссийским науч.-исслед. ин-том стандартизации и сертификации в машиностроении (ВНИИНМАШ). – Москва : Стандартинформ, 2017. – V, 44 с.

8. Описание диссертаций, авторефератов диссертаций, депонированных рукописей

Славин Б. Б. Теоретические основы и инструментальная поддержка технологий коллективного интеллекта в управлении организацией: дис. ... д-ра экон. наук ; спец. 08.00.13 ; защищена 17.06.2020 ; утверждена 23.06.2020 / Славин Б.Б. ; Место защиты: Финуниверситет ; Работа выполнена: Финуниверситет, Департамент анализа данных. — Москва, 2020. — 342 с. : ил.

Величковский Б.Б. Функциональная организация рабочей памяти : автореф. дисс... докт. психол. наук : спец. 19.00.01 / Величковский Б.Б. ; Московский гос. ун-т им. М.В. Ломоносова; Место защиты: Ин-т психологии РАН. – Москва, 2017. – 44 с.

Лабынцев Н.Т. Профессионально-общественная аккредитация и независимая оценка квалификаций в области подготовки кадров и осуществления бухгалтерской деятельности / Н.Т. Лабынцев, Е.А. Шароватова ; Ростовский гос. экон. ун-т (РИНХ). – Ростов-на-Дону, 2017. – 305 с. – Деп. в ВИНТИ РАН 10.01.2017 № 1-B2017.

9. Описание дисков и других ресурсов локального доступа

Эриашвили Н. Д. Банковское право: электрон. учеб. для студентов вузов / Н. Д. Эриашвили. – 8-е изд., перераб. и доп. – Электрон. дан. – Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2011. – 1 электрон. опт. диск (CD-ROM). – Загл. с этикетки диска.

Развитие промышленного производства Сибирского федерального округа: стат. сб. / Федер. служба гос. статистики, Территор. органы Федер. службы гос. статистики. – Электрон. дан. – Омск, 2012. – 1 электрон. опт. диск (CD-ROM). – Загл. с контейнера.

10. Описание электронных ресурсов сетевого распространения

Веснин В.Р. Основы менеджмента: учебник / В. Р. Веснин. — Москва : Проспект, 2016. — 500 с. — ЭБС Проспект. — URL: <http://ezpro.fa.ru:3180/book/23323> (дата обращения: 19.01.2021). — Текст: электронный.

Салин В.Н. Банковская статистика : учеб. и практикум для вузов / В.Н. Салин, О.Г. Третьякова. — Москва : Юрайт, 2020. — 215 с. — (Высшее образование). — ЭБС Юрайт. — URL: <https://ezpro.fa.ru:3217/bcode/450266>

(дата обращения: 18.01.2021). — Текст: электронный.

Adhiry B. K. Crowdfunding: Lessons from Japan's Approach / Bishnu Kumar Adhiry, Kenji Kutsuna, Takaaki Hoda; Kobe University Social Science Research Series. — Singapore : Springer Ltd., 2018. — 110 с. — SpringerLink. — URL: https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-981-13-1522-0_7 (дата обращения: 10.12.2020). — Текст: электронный.

Российская социально-экономическая система: реалии и векторы развития : монография / П. В. Савченко, Р. С. Гринберг, М. А. Абрамова [и др.] ; отв. ред. Р. С. Гринберг, П. В. Савченко. — 3-е изд., перераб. и доп. — 3-е изд. — Москва : ИНФРА-М, 2019. — 598 с. — (Научная мысль). — ЭБС Znanium.com. — URL: <https://new.znanium.com/catalog/product/961584> (дата обращения: 10.12.2020). — Текст: электронный.

Дадашев А. З. К вопросу о финансовой самостоятельности муниципальных образований и методах оценки ее уровня / А. З. Дадашев, А. И. Золотко. — Текст: электронный // Финансы и кредит. — 2018. — № 9. — С. 2017-2032. — НЭБ ELibrary. — URL: https://www.elibrary.ru/download/elibrary_35648256_50368935.pdf (дата обращения: 10.12.2020).

Конъюнктурный анализ практики внедрения профессиональных стандартов в России в 2018 году / А. А. Цыганов, А. С. Ермолаева, С. В. Бровчак, Е. В. Богданова. — Текст: электронный // Перспективы науки и образования. — 2019. — № 5. — С. 517-528. — ЭБ Финуниверситета. — URL: https://pnojournal.files.wordpress.com/2019/11/pdf_190537.pdf. — Дата публикации: 31.10.2019.

6.14. Общие требования к приложениям.

Приложения — дополнительные к основному тексту материалы справочного, документального, иллюстративного или другого характера. Приложения размещаются в конце работы, после списка использованной литературы в порядке их упоминания в тексте. Каждое приложение должно начинаться с нового листа, и иметь тематический заголовок и общий заголовок «Приложение № ____».

Если приложение представляет собой отдельный рисунок или таблицу, то оно оформляется в соответствии с требованиями, предъявляемыми к иллюстрациям, таблицам.

Иллюстрации и таблицы нумеруются в пределах каждого приложения в отдельности. Например: рис. 3.1 (первый рисунок третьего приложения), таблица 1.1 (первая таблица первого приложения).

Приложения могут оформляться отдельной брошюрой. В этом случае на титульном листе брошюры указывается: Приложение к выпускной квалификационной работе, и далее приводится название работы и автор.

6.15. Законченная выпускная квалификационная работа подписывается студентом:

- на титульном листе;
- после заключения записывается следующее:

«Данная работа выполнена мною самостоятельно»

« » 20 г.
(дата сдачи работы – заполняется от руки)

(подпись автора)

7. Подготовка к защите ВКР

7.1. Требования к содержанию и продолжительности доклада по выпускной квалификационной работе.

Студент готовит доклад для выступления. Предусматривается не более 10 минут на доклад обучающегося.

Доклад для выступления должен включать в себя:

- обоснование избранной темы;
- описание цели и задач работы;
- круг рассматриваемых проблем и методы их решения;
- результаты анализа практического материала и их интерпретация;
- конкретные теоретические и практические рекомендации по совершенствованию разрабатываемой темы.

В заключительной части доклада характеризуется значимость полученных результатов и даются общие выводы.

При подготовке доклада следует избегать представления общеизвестных фактов, таких как описание основных положений законов и положений по бухгалтерскому учету, аудиторских стандартов, характеристик деятельности крупнейших российских компаний и т. д. Следует сосредоточиться на процессе исследования и результатах.

7.2. Требования к презентации по выпускной квалификационной работе

Доклад должен сопровождаться презентацией, иллюстрирующей основные положения работы с использованием мультимедийных средств, выполненной в программе PowerPoint. Рекомендуемое количество слайдов — 10 – 15.

7.3. Процедура защиты выпускной квалификационной работы

Завершающим этапом подготовки выпускной квалификационной работы является ее защита.

К защите выпускной квалификационной работы допускаются обучающиеся, не имеющие академической задолженности и в полном объеме выполнившие учебный план или индивидуальный учебный план по программе бакалавриата, успешно сдавшие государственный экзамен или отсутствовавшие на государственном экзамене по уважительной причине.

Кафедра передает выпускную квалификационную работу вместе с письменным отзывом руководителя выпускной квалификационной работой секретарю государственной экзаменационной комиссии (далее — ГЭК) не позднее, чем за 2 календарных дня до даты защиты выпускной квалификационной работы.

Защита выпускной квалификационной работы проводится в установленное расписанием проведения государственных аттестационных испытаний время на заседании ГЭК по соответствующему направлению

подготовки.

Процедура защиты выпускной квалификационной работы включает в себя:

- открытие заседания ГЭК (председатель);
- доклады обучающихся (предусматривается не более 10 минут на доклад одного обучающегося);
- вопросы членов комиссии по выпускной квалификационной работе и докладу обучающегося (при ответах на вопросы обучающийся имеет право пользоваться своей работой);
- выступление руководителя выпускной квалификационной работой (при его отсутствии — заслушивание текста отзыва).

7.4. Порядок определения результатов защиты выпускной квалификационной работы.

ГЭК при определении результата защиты выпускной квалификационной работы принимает во внимание:

- оценку руководителем выпускной квалификационной работой деятельности обучающегося в период подготовки выпускной квалификационной работы, степени ее соответствия требованиям, предъявляемым к выпускным квалификационным работам;
- наличие практической значимости и обоснованности выводов и рекомендаций, сделанных обучающимся в результате проведенного исследования;
- общую оценку членами ГЭК содержания работы, её защиты, включая доклад, ответы на вопросы членов ГЭК.

В случае возникновения спорной ситуации при равном числе голосов председательствующий обладает правом решающего голоса.

Результат защиты выпускной квалификационной работы обучающимся определяется оценками «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно» и заносится в протокол заседания ГЭК. Результат защиты выпускной квалификационной работы объявляется в тот же день после оформления в установленном порядке протоколов заседаний государственной экзаменационной комиссии по защите выпускных квалификационных работ.

7.5. Порядок повторной защиты выпускной квалификационной работы

В случае получения неудовлетворительной оценки на защите выпускной квалификационной работы, а также в случае неявки студента на защиту по неуважительной причине повторная защита проводится в соответствии с Порядком проведения государственной итоговой аттестации в Финансовом университете.

Лицо, не прошедшее ГИА, может повторно пройти ГИА не ранее чем через 10 месяцев и не позднее чем через 5 лет после срока проведения ГИА, которая не пройдена обучающимся. Указанное лицо может повторно пройти ГИА не более двух раз.

Для повторного прохождения ГИА указанное лицо по его заявлению восстанавливается в Финансовом университете на период времени,

предусмотренный календарным учебным графиком для ГИА. При повторном прохождении ГИА на основании заявления обучающегося ему может быть утверждена другая тема выпускной квалификационной работы.

7.6. Порядок защиты выпускной квалификационной работы в случае неявки на защиту выпускной квалификационной работы по уважительной причине

Обучающиеся, не прошедшие государственное аттестационное испытание в форме защиты выпускной квалификационной работы в связи с неявкой по уважительной причине (временная нетрудоспособность, исполнение государственных, общественных или служебных обязанностей, вызов в суд, транспортные проблемы (отмена рейса, отсутствие билетов), погодные условия), вправе пройти ее в течение 6-и месяцев после завершения ГИА. Обучающийся должен представить в Финансовый университет документ, подтверждающий причину его отсутствия.

7.7. Сроки подачи апелляции

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

8. Критерии оценки ВКР

Оценка по результатам защиты выпускной квалификационной работы выставляется: «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

Оценка «отлично» выставляется при условии, что:

- работа выполнена самостоятельно, носит творческий характер, содержит элементы научной новизны, рекомендации по повышению эффективности функционирования коммуникаций;
- собран, обобщен и проанализирован достаточный объем нормативных правовых актов, политической 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 общекультурных и профессиональных компетенций, глубокие теоретические знания по вопросам функционирования коммуникаций;
- работа хорошо оформлена и своевременно представлена на кафедру, полностью соответствует требованиям, предъявляемым к содержанию и оформлению выпускных квалификационных работ;
- 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, есть предложения по повышению эффективности коммуникаций, но без оценки возможных последствий;
- собран, обобщен и проанализирован необходимый объем нормативных правовых актов, политической 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 общекультурных и профессиональных компетенций, наличие теоретических знаний по вопросам функционирования коммуникаций;
- работа своевременно представлена на кафедру, 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, отсутствуют обоснованные рекомендации по повышению эффективности коммуникаций;
- 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 продемонстрирован удовлетворительный уровень развития общекультурных и профессиональных компетенций, отсутствие глубоких теоретических знаний по вопросам функционирования коммуникаций;
- работа своевременно представлена на кафедру, 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:

- 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 общекультурных и

профессиональных компетенций, отсутствие теоретических знаний по общим вопросам функционирования коммуникаций;

- работа несвоевременно представлена на кафедру, 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 или вообще не отвечал на вопрос.

ПРИЛОЖЕНИЕ А

Заведующему кафедрой «Государственное и муниципальное управление и медиакommunikации»

(и.о. фамилия, уч. степень, уч.звание)

(фамилия и.о. обучающегося)

(№ учебной группы)

Тел.

E-mail

ЗАЯВЛЕНИЕ¹

Прошу закрепить за мной тему ВКР

С Положением о выпускной квалификационной работе по программам бакалавриата и магистратуры в Финансовом университете, графиком выполнения ВКР, а также Регламентом размещения, хранения и списания курсовых проектов (работ) и выпускных квалификационных работ обучающихся в электронном виде в информационно-образовательной среде Финуниверситета ознакомлен (а).

подпись обучающегося

И.О. Фамилия

Руководитель ВКР

(И.О. Фамилия)

«_____» 202 г.

¹ Заявление может быть оформлено и передано на кафедру в электронном виде по электронной почте при условии отправки с корпоративной почты обучающегося (name@edu.fa.ru) и обязательным отражением факта и даты согласования заявления потенциальным руководителем ВКР

Форма плана-задания на ВКР

ЯРОСЛАВСКИЙ ФИЛИАЛ
ФИНУНИВЕРСИТЕТА
Кафедра «Государственное и
муниципальное управление и
медиакоммуникации»

УТВЕРЖДАЮ

Руководитель ВКР

(должность, уч. степень, уч. звание)

(подпись)

(И.О. Фамилия)

«____» _____ 202__ г.

ПЛАН-ЗАДАНИЕ

на выпускную квалификационную работу²

обучающегося _____

(фамилия, имя, отчество)

Тема _____
выпускной _____ квалификационной _____ работы
«_____»

закреплена приказом Финуниверситета от «____» _____ 202__ г.
№ _____.

Целевая установка:³

План ВКР (основные вопросы, подлежащие исследованию и разработке):

- 1 _____
- 1.1 _____
- 1.2 _____
- 2 _____
- 2.1 _____
- 2.2 _____
- 3 _____
- 3.1 _____
- 3.2 _____

Дополнительные рекомендации руководителя ВКР по проведению исследования:

подпись обучающегося

И.О. Фамилия обучающегося

² План-задание согласовывается руководителем с обучающимся и размещается обучающимся в личном кабинете на платформе не позднее 15 календарных дней с даты издания приказа о закреплении темы ВКР.

³ Руководитель ВКР совместно с обучающимся может конкретизировать целевую установку задачами.

Образец оформления отзыва руководителя ВКР

Примерное содержание отзыва руководителя о работе обучающегося в период подготовки ВКР

**Федеральное государственное образовательное бюджетное
учреждение высшего образования
«ФИНАНСОВЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ПРИ ПРАВИТЕЛЬСТВЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»
(ФИНАНСОВЫЙ УНИВЕРСИТЕТ)
(Ярославский филиал Финуниверситета)**

**Кафедра «Государственное и муниципальное управление и
медиакоммуникации»**

ОТЗЫВ РУКОВОДИТЕЛЯ

**о работе обучающегося в период подготовки выпускной
квалификационной работы по программе бакалавриата**

Обучающийся

Направление подготовки 42.03.05 «Медиакоммуникации»

Профиль «Медиакоммуникации и медиатехнологии»

Наименование

темы

« _____ »

Руководитель <Фамилия Имя Отчество>, <должность> кафедры
«Государственное и муниципальное управление и медиакоммуникации»,
<ученая степень, ученое звание>.

1. Соответствие заявленных целей и задач теме ВКР:

Сформулированные во введении работы цели и задачи полностью соответствуют теме работы, определяя ее раскрытие.

2. Соответствие полученных результатов заявленным цели и задачам:

Выводы и предложения, сформулированные автором в результате проведенного исследования, соответствуют заявленным цели и задачам.

3. Умение проводить исследование в профессиональной деятельности (умение анализировать, владеть методами исследования и представления результатов):

По итогам выполненной работы можно сделать вывод, что ее автор обладает умением проводить исследования в профессиональной деятельности, в том числе осуществлять финансовый анализ, применять методы экономического анализа и представлять результаты исследования, проведенного в рамках написания выпускной квалификационной работы.

4. Характеристика использования в работе инструментария математики, математического моделирования, расчетов, статистических методов, пакетов специальных прикладных программ и т.п.:

В выпускной квалификационной работе использовались следующие методы экономического и математического анализа: абстрактно-логический, экономико-статистический метод, метод сравнительного анализа, коэффициентный метод, приемы факторного анализа, табличный и графический методы. При написании работы использовались программы пакета Microsoft Office, а также СПС КонсультантПлюс.

5. Наличие конкретных предложений и рекомендаций, сформулированных в ВКР, ценность полученных результатов:

Пример формулировки: В выпускной квалификационной работе осуществлен анализ, дана оценка динамики (состояния, перспектив развития)...., применен многомерный метод исследования (...), который позволил выявить закономерности развития.. / изменения....

В работе приводятся обоснованные рекомендации по совершенствованию коммуникации (коммуникативного продукта), представлено обоснование коммуникативной эффективности медиапродукта. И в этом состоит практическая значимость работы.

6. Степень самостоятельности при работе над ВКР (самостоятельность изложения и обобщения материала, самостоятельная интерпретация полученных результатов, обоснованность выводов).

При написании выпускной квалификационной работы автор проявил высокую степень самостоятельности при сборе материалов, их интерпретации, обобщении и анализе, а также показал умение выявлять проблемы и обосновывать меры по их устранению.

7. Уровень сформированности компетенций, продемонстрированный в ходе работы над ВКР (перечень компетенций установлен методическими рекомендациями в соответствии с ФГОС ВО или ОС ФУ):

В ходе работы над ВКР студент продемонстрировал сформированность всех компетенций, установленных Методическими рекомендациями по подготовке и защите выпускной квалификационной работы по программе бакалавриата в соответствии с ФГОС ВО 42.03.05 «Медиакоммуникации» (утв. Приказом № 527 от 8.07.2017):

УК-3 Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде;

УК-4 Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном (ых) языке (ах);

ОПК-2 Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах;

ОПК-4 Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности;

ОПК-5 Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этнических норм регулирования;

ОПК-7 Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности

ПК-1. Способен участвовать в координации работы технических, управленческих, творческих подразделений организаций сферы медиа и их взаимодействий с внешней средой;

ПК-2. Способен участвовать в проектной деятельности по созданию концепций медиапроектов и их реализации;

ПК-3. способен создавать, обрабатывать, компоновать и осуществлять распространение (размещение) информации посредством использования соответствующих технических средств в различных средах и на различных носителях и платформах

8. Доля (%) заимствований в ВКР: в соответствии с отчетом о результатах проверки выпускной квалификационной работы _____ доля заимствований в выпускной квалификационной работе составляет _____% (соответствует требованиям Финуниверситета).

9. Недостатки в работе обучающегося в период подготовки ВКР:

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

Выпускная квалификационная работа _____ соответствует требованиям, предъявляемым к выпускным квалификационным работам, и может быть рекомендована к защите.

ФИО руководителя ВКР полностью _____

« ____ » _____ 20 ____ г.

Образец оформления Титульного листа

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

Ярославский филиал Финуниверситета
Кафедра «Государственное и муниципальное управление и
медиакommunikации»

Выпускная квалификационная работа

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

Направление подготовки 42.03.05 «Медиакommunikации»
Профиль «Медиакommunikации и медиатехнологии»

Выполнил студент учебной группы

(номер учебной группы)

(фамилия, имя, отчество полностью) (подпись)

Руководитель _____
(ученая степень и/или звание)

(фамилия, имя, отчество полностью) (подпись)

ВКР соответствует предъявляемым требованиям

Заведующий кафедрой «Государственное и
муниципальное управление и
медиакommunikации»

кандидат экономических наук, доцент
(ученая степень и/или звание)

(подпись)

(И.О. Фамилия)

«____» _____ 20__ г

Ярославль 20__

ПРИЛОЖЕНИЕ Д

Форма разрешения на размещение ВКР на ИОП Финуниверситета

РАЗРЕШЕНИЕ
на размещение выпускной квалификационной работы
на информационно-образовательном портале Финуниверситета

1. Я, _____
(фамилия, имя, отчество)
паспорт серии _____ № _____, выдан _____

(кем и когда выдан паспорт)
зарегистрирован (-а) по адресу: _____

являющийся (-аяся) студентом _____

(факультет/отделение, группа)

Федерального государственного образовательного учреждения высшего образования «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации» (далее – Финуниверситет),
разрешаю Финуниверситету безвозмездно воспроизводить и размещать (доводить до всеобщего сведения) в полном объеме написанную мною в рамках выполнения образовательной программы выпускную квалификационную работу на тему:

(название работы)

(далее – Выпускная работа) в сети Интернет на информационно-образовательном портале Финуниверситета (далее – портал), таким образом, чтобы любой пользователь портала мог получить доступ к Выпускной работе из любого места и в любое время по собственному выбору, в течение срока действия исключительного права на Выпускную работу.

2. Я подтверждаю, что Выпускная работа написана мною лично, в соответствии с правилами академической этики и не нарушает авторских прав иных лиц.

3. Я понимаю, что размещение Выпускной работы на портале не позднее чем через 1 (один) год с момента подписания мною настоящего разрешения означает заключение между мной и Финуниверситетом лицензионного договора на условиях, указанных в настоящем разрешении.

4. Я сохраняю за собой исключительное право на Выпускную работу.

5. Настоящее разрешение является офертой в соответствии со статьей 435 Гражданского кодекса Российской Федерации. Размещение Выпускной работы на портале является акцептом в соответствии со статьей 438 Гражданского кодекса Российской Федерации.

Дата: _____ Подпись: _____