Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение высшего образования

«ФИНАНСОВЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ПРИ ПРАВИТЕЛЬСТВЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»

(Финансовый университет)

Кафедра массовых коммуникаций и медиабизнеса
Факультета социальных наук и массовых коммуникаций

Программа государственной итоговой аттестации

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

Одобрено Советом
Кафедры массовых коммуникаций и медиабизнеса
Факультета социальных наук и массовых коммуникаций
(протокол № 07 от 06 мая 2024 г.)

Москва 2024

Перечень компетенций, подлежащих оценке в ходе государственной итоговой аттестации

Код и наименование компетенции	Форма государственной итоговой аттестации, в рамках которой проверяется сформированность компетенции
1	2
Универсальные компетенции и индикаторы их достижения	
Общенаучные	
Способность к абстрактному мышлению, критическому анализу проблемных ситуаций на основе системного подхода, выработке стратегии действий (УК-1)	Государственный экзамен
Инструментальные	
Способность применять коммуникативные технологии, владеть иностранным языком на уровне, позволяющем осуществлять профессиональную и исследовательскую деятельность, в т.ч. в иноязычной среде (УК-2)	Выпускная квалификационная работа
Социально-личностные	
Способность определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности в соответствии с важностью задач, методы повышения ее эффективности (УК-3)	Выпускная квалификационная работа
Способность к организации межличностных отношений и межкультурного взаимодействия, учитывая разнообразие культур (УК-4)	Государственный экзамен / Выпускная квалификационная работа
Способность руководить работой команды, принимать организационно-управленческие решения для достижения поставленной цели, нести за них ответственность (УК-5)	Выпускная квалификационная работа
Системные	
Способность управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла (УК-6)	Выпускная квалификационная работа
Способность проводить научные исследования, оценивать и оформлять их результаты (УК-7)	Государственный экзамен
Общепрофессиональные компетенции направления	
Продукт профессиональной деятельности	
Способность планировать, организовывать и координировать процесс создания коммуникационных продуктов, востребованных обществом и коммуникационными индустриями, в форме текста, аудио- и видеоматериалов, интернет-контента, концепции события с учетом норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем (ПКН -1)	Государственный экзамен

Способность подготавливать и реализовывать коммуникационные проекты как научно обоснованные нестандартные решения по сопровождению основной деятельности организации с учетом изменений норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем (ПКН -2)	Государственный экзамен / Выпускная квалификационная работа
Общество и государство	
Способность разрабатывать и реализовывать коммуникационную стратегию по сопровождению основной деятельности организации с учетом анализа основных тенденций развития общественных и государственных институтов и осуществлять эффективные, в том числе антикризисные, коммуникации (ПКН-3)	Государственный экзамен / Выпускная квалификационная работа
Способность обеспечивать соответствие принимаемых решений и действий в рамках профессиональной деятельности трансформирующимся требованиям рынка (ПКН-4)	Государственный экзамен
Культура	
Способность анализировать и использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания коммуникационных продуктов, ориентироваться в актуальных ценностях и тенденциях развития мировой и российской медиакультуры (ПКН-5)	Государственный экзамен / Выпускная квалификационная работа
Аудитория	
Способность проводить маркетинговые и медиаисследования (анализ целевой аудитории, анализ медиапотребления, анализ связи маркетинговых и медиапараметров) в целях прогнозирования и удовлетворения спроса и потребностей общества и целевых аудиторий в профессиональной деятельности (ПКН-6)	Выпускная квалификационная работа
Медиакоммуникационная система	
Способность для принятия профессиональных решений анализировать актуальные тенденции развития медиакоммуникационных систем и использовать в профессиональной деятельности актуальный набор средств массовой информации региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования (ПКН-7)	Государственный экзамен / Выпускная квалификационная работа
Технологии	
Способность отбирать и внедрять в процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно-телекоммуникационные технологии для производства и распространения коммуникационных продуктов (ПКН-8)	Государственный экзамен / Выпускная квалификационная работа
Способность управлять интегрированными коммуникациями в цифровой среде, включая социальные медиа и мессенджеры, и оценивать эффективность продвижения, а также консультировать организации по цифровизации коммуникаций и работе антикризисной команды (ПКН-9)	Выпускная квалификационная работа
Эффекты	
Способность создавать в интересах организации долгосрочные	Государственный экзамен /

последствия коммуникационных активностей, влияющих через обеспечение доступности и достоверности информации на общественное мнение, социальный капитал и устойчивость связей со стейкхолдерами, на коллективные ценности и механизмы продуктивной коммуникации (ПКН-10)	Выпускная квалификационная работа
Способность проводить оценку эффективности профессиональной деятельности и прогнозировать эффекты и последствия в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности (ПКН-11)	Выпускная квалификационная работа
Профессиональные компетенции	
Способность определить коммуникационную стратегию и порядок ее реализации в сфере медиабизнеса (ПК-1)	Государственный экзамен / Выпускная квалификационная работа
Способность разрабатывать инновационные решения для стратегического развития предприятия и отрасли (ПК-2)	Выпускная квалификационная работа
Способность использовать цифровые коммуникации для реализации коммуникационной стратегии (ПК-3)	Государственный экзамен / Выпускная квалификационная работа
Способность осуществлять описание и распределение функций, полномочий и ответственности на основе организационного проектирования системы и процессов управления персоналом в сфере медиабизнеса (ПК-4)	Государственный экзамен
Способность выстроить взаимодействие с акторами информационного поля: экспертным сообществом, потребителями, партнерами, клиентами (ПК-5)	Выпускная квалификационная работа
Способность консультировать по вопросам рыночных и социальных исследований, планирования и организации кампаний и мероприятий в области рекламы и связей с общественностью, управления деятельностью (ПК-6)	Государственный экзамен / Выпускная квалификационная работа

Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение высшего образования

«ФИНАНСОВЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

ПРИ ПРАВИТЕЛЬСТВЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»

(Финансовый университет)

Кафедра массовых коммуникаций и медиабизнеса
Факультета социальных наук и массовых коммуникаций

УТВЕРЖДАЮ

Проректор
по учебной и методической работе

_____Е.А. Каменева
(подпись)

« 4 » июня 2024 г.

Молодцов И.Н., Кафтан В.В., Кушнир Д.Ю.

Программа государственного экзамена

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

Рекомендовано Ученым советом
Факультета социальных наук и массовых коммуникаций
(протокол № 43 от 21 мая 2024 г.)

Одобрено Советом
Кафедры массовых коммуникаций и медиабизнеса
Факультета социальных наук и массовых коммуникаций
(протокол № 7 от 6 мая 2024 г.)

Москва 2024

Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение
высшего образования

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

Кафедра массовых коммуникаций и медиабизнеса
Факультета социальных наук и массовых коммуникаций

Молодцов И.Н., Кафтан В.В., Кушнир Д.Ю.

Программа государственного экзамена

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

Москва 2024

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

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

1. Понятие информации, массовой информации, массовых коммуникаций, медиа и их взаимосвязь. Информация и ее носители.
2. Основные формы коммуникации: жест, изображение, доречевые звуки, речь и письменность. Устная речь как форма коммуникации. Изображение и эволюция изображения.
3. Семиотический подход к изучению массмедиа. Медиакоммуникации как распространение символических форм.
4. Семиотический и лингвистический подходы к теории медиа. Классификационные модели В. Проппа и А.Ж. Греймаса.
5. Теории информационного общества. Торонтская школа изучения медиа: Г. Иннис, М. Маклюэн. «Сетевое общество» М. Кастельса.
6. Медианосители и их роль в усложнении государственных типов устройства.
7. Концепция информационного (цифрового) капитализма и интерпретация явлений и тенденций интернета Кристианом Фуксом.
8. Модель диффузии инноваций как коммуникационный процесс.
9. Традиционные бизнес-модели медиа (дистрибуционная и рекламная).
10. Создание новых платформ и медиапространство.
11. Цифровые каналы дистрибуции.
12. Экосистемный подход в развитии новых медиа.
13. Современные модели монетизации медиа и их влияние на экосистемы.
14. Способы «упаковки» контента в мультимедийной редакции.
15. Информационные технологии в управлении предприятием.
16. Функции и обязанности креаторов.
17. Функции и обязанности административно-технической части.

18. Использование больших данных на платформах.

19. Характеристика механизма формирования интегрированных корпоративных структур в отечественной экономике.

20. Медиа холдинги в экономике России.

21. Корпоративная структура медиабизнеса.

22. Особенности и тенденции развития российской модели корпоративного управления в сфере медиабизнеса.

23. Органы корпоративного управления медиаструктур.

24. Социальные проекты медиаструктур.

25. Особенности правового регулирования медиабизнеса.

26. Правовой статус рекламодателя, рекламораспространителя, рекламопроизводителя.

27. Правовой статус средств массовой информации.

28. Регулирование рекламы в социальных сетях.

29. Основные признаки объекта интеллектуальной собственности.

30. Правовое регулирование различных видов рекламных спецпроектов.

31. Правовые риски и особенности рекламных коллабораций с блогерами.

32. Особенности допустимых способов использования товарных знаков без разрешения правообладателя.

33. Учет в массмедиа: виды, различия и взаимосвязи.

34. Виды финансового и корпоративного контроля. Варианты минимизации рисков.

35. Принципы формирования форм отчетности.

36. Особенности оценки доходов и расходов в современных медиа.

37. Основы бюджетирования в современных медиа.

38. Формирование бюджета подразделения современных медиа: выручка, затраты.

39. Финансовый и корпоративный контроль в современных медиа.

40. Стратегическое и оперативное планирование в современных медиа.

41. Массмедиа и их влияние на потребительское поведение.

42. Суть, функции и задачи коммерческой службы.

43. Модели монетизации медиа.

44. Особенности продаж на телевидении.

45. Использование медиа измерений в печатных изданиях.

46. Виды агентств в зависимости от структуры (креативные, стратегические, баинговые, технологические).

47. Целевая аудитория медиаплатформ.

48. Медиаизмерения в продажах.

49. Анализ конкурентного окружения.

50. Сегментация рынка, мониторинг рекламы, определение релевантных рекламодателей.

Перечень рекомендуемой литературы для подготовки к государственному экзамену

Основная литература

1. Зельдович, Б. З. Медиаменеджмент : учебник для вузов / Б. З. Зельдович. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 293 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11729-5. — Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/542662 (дата обращения: 31.05.2024). — Текст : электронный.

2. Мандель, Б. Р. PR: методы работы со средствами массовой информации : учебное пособие / Б.Р. Мандель. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : ИНФРА-М, 2024. — 238 с. — (Высшее образование). - ISBN 978-5-16-019658-9. – ЭБС ZNANIUM. — URL: https://znanium.ru/catalog/product/2131859 (дата обращения: 31.05.2024). – Текст : электронный.

3.1. Музыкант, В. Л. Основы интегрированных коммуникаций: теория и современные практики в 2 ч. Часть 1. Стратегии, эффективный брендинг : учебник и практикум для вузов / В. Л. Музыкант. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 475 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14309-6. — Образовательная платформа Юрайт [сайт]. —

URL: https://urait.ru/bcode/537250 (дата обращения: 31.05.2024). — Текст : электронный.

3.2. Музыкант, В. Л. Основы интегрированных коммуникаций: теория и современные практики в 2 ч. Часть 2. SMM, рынок M&A : учебник и практикум для вузов / В. Л. Музыкант. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 501 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14314-0. — Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/537412 (дата обращения: 31.05.2024). — Текст : электронный.

4. Мультимедийная журналистика: учебник для вузов / А.Г. Качкаева, С.А. Шомова, А.А. Мирошниченко [и др.] ; под общ. ред. А.Г. Качкаевой, С.А. Шомовой. – Москва : Издательский дом Высшей школы экономики, 2017. – 417 с. : схем. – (Учебники Высшей школы экономики). – ЭБС Университетская библиотека online. - URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=471761 (дата обращения: 31.05.2024). – Текст : электронный.

Дополнительная литература

5. Асмолова, М. Л. Финансы для нефинансистов : учебное пособие / М.Л. Асмолова. — 2-е изд. — Москва : РИОР : ИНФРА-М, 2022. — 154 с. — (Президентская программа подготовки управленческих кадров). — DOI: https://doi.org/10.12737/14649. — ISBN 978-5-369-01514-8. — ЭБС ZNANIUM. — URL: https://znanium.com/catalog/product/1870758 (дата обращения: 31.05.2024). – Текст : электронный.

6. Веснин, В. Р. Корпоративное управление: учебник для студентов вузов, обучающихся по направлению подготовки "Менеджмент" (квалификация (степень) "магистр") / В. Р. Веснин, В .В. Кафидов. - Москва: Инфра-М, 2021. - 272 с. - (Высшее образование: Магистратура). - Текст : непосредственный. – То же. – ЭБС ZNANIUM. – URL: https://znanium.com/catalog/product/1167876 (дата обращения: 31.05.2024). – Текст : электронный.

7. Кияев, В. Информационные технологии в управлении предприятием / В. Кияев, О. Граничин. – 2-е изд., исправ. – Москва : Национальный Открытый Университет «ИНТУИТ», 2016. – 506 с. : ил. – ЭБС Университетская библиотека online. - URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=578055 (дата обращения: 31.05.2024). – Текст : электронный.

8. Портер, М. Конкурентное преимущество: Как достичь высокого результата и обеспечить его устойчивость: пер. с англ. / Майкл Портер. - 4-е изд. - Москва :Альпина Пабл., 2016. - 715 с. - ЭБС ZNANIUM. - URL: https://znanium.com/catalog/product/615259; То же. - ЭБС Alpina Digital. - URL: https://finunivers.alpinadigital.ru/book/8932 (дата обращения: 31.05.2024). – Текст : электронный.

9. Кибанов, А. Я. Управление персоналом организации: стратегия, маркетинг, интернационализация : учебное пособие / А.Я. Кибанов, И.Б. Дуракова. — Москва : ИНФРА-М, 2024. — 301 с. — (Высшее образование: Магистратура). - ISBN 978-5-16-006649-3. - ЭБС ZNANIUM. - URL: https://znanium.com/catalog/product/2054180 (дата обращения: 31.05.2024). – Текст : электронный.

10. Управление человеческими ресурсами организации: учебник для направлений магистратуры "Управление персоналом", "Менеджмент", "Государственное и муниципальное управление", "Экономика" / Ю.Г. Одегов, К.Х. Абдурахманов, Л.С. Бабынина [и др.]; Финуниверситет [и др.] ; под ред. Ю.Г. Одегова, М.В. Полевой, В.С. Половинко. - Москва: Кнорус, 2021. - 584 с. - Магистратура. - Текст : непосредственный. – То же. – 2023. – ЭБС BOOK.ru. - URL: https://book.ru/book/949839 (дата обращения: 31.05.2024). – Текст : электронный.

Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

Электронные ресурсы БИК:

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

- Электронно-библиотечная система Znanium http://www.znanium.ru/
- Электронно-библиотечная система издательства «ЮРАЙТ» https://urait.ru/
- Электронно-библиотечная система издательства Лань https://e.lanbook.com/
- Деловая онлайн-библиотека Alpina Digital http://lib.alpinadigital.ru/
- Электронная библиотека Издательского дома «Гребенников» https://grebennikon.ru/
- Научная электронная библиотека eLibrary.ru http://elibrary.ru
- Национальная электронная библиотека http://нэб.рф/
- Видеотека учебных фильмов «Решение» (тематические коллекции «Менеджмент», «Маркетинг. Коммерция. Логистика», «Юриспруденция», «Управление персоналом», «Психология управления»: http://eduvideo.online/
- Библиотека онлайн Лекций по Бизнесу и Маркетингу издательства Henry Stewart Talks https://hstalks.com/business/
- Henry Stewart Talks: Journals in The Business & Management Collection https://hstalks.com/business/journals/
- Справочная правовая система «Консультант Плюс» https://www.consultant.ru/
- Справочная правовая система «ГАРАНТ» https://www.garant.ru/
- CNKI. Academic Reference https://ar.oversea.cnki.net/
- CNKI. China Academic Journals Full-text Database https://oversea.cnki.net/kns?dbcode=CFLQ
- JSTOR Arts & Sciences I Collection http://jstor.org
- Электронные продукты издательства Elsevier http://www.sciencedirect.com
- Emerald: Management eJournal Portfolio https://www.emerald.com/insight/
- Коллекция научных журналов Oxford University Press https://academic.oup.com/journals/
- Электронные коллекции книг и журналов издательства Springer: http://link.springer.com/
- База данных научных журналов издательства Wiley https://onlinelibrary.wiley.com/
- Цифровой архив научных журналов: http://arch.neicon.ru/xmlui/

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

1. Контент: понятие и формы.

2. Структура оформления контента.

3. Принципы работы с источниками контента.

4. Особенности производства -видео, -аудио и текстового контента.

5. Определение редакционной политики: темы и сферы интересов.

6. Влияние алгоритмов персонализации на поведение потребителей информации.

7. Интеграция рекламных проектов на примере статей, роликов, инфографики, интервью.

8. Сегрегация рынка и аудитории Telegram: политика, медиа и pr, экономика, новости и др.

9. Производство контента для Youtube.

10. Функционал журналистов, коммерческого блока и административно-технической части в традиционных медиа.

11. Функционал журналистов, коммерческого блока и административно-технической части в новых медиа.

12. Форматы работы с инфлюенсерами: взаимоподдержка, прямая реклама, обзор, партнерские мероприятия, рассылка.

13. «Новые медиа»: различия в подходах к определению и тренды развития.

14. Условия возникновения и развития новых форматов медиа.

15. Social value и интерактивность.

16. Медиарилейшнз: основные правила в коммуникации между PR-специалистом и журналистом.

17. Машинное обучение. Применение нейронных сетей в дистрибуции цифрового контента.

18. Экосистемный подход в развитии новых медиа.

19. Метрики измерения новых медиа.

20. Традиционные бизнес-модели медиа (дистрибуционная и рекламная).

21. Интернет-сервисы социальных сетей как тип средств массовой информации.

22. Создание новых платформ и перспективы развития современного медиапространства.

23. Эволюция медиа в самостоятельные платформы.

24. Базовые модели дистрибуции (розничная, подписная, бесплатная).

25. Роботизированный и авторский виды цифровой дистрибуции.

26. Современные модели монетизации медиа и их влияние на экосистемы.

27. Особенности производства контента для разных платформ.

28. Корпоративные информационные системы. Информационные технологии предприятий.

29. Роль технологических гигантов в дистрибуции контента: на примере продуктов Google и Yandex.

30. Использование больших данных на платформах.

31. Синдикативные исследования: определение, особенности метода, список исследований, специфика данных, решаемые задачи.

32. Российский индекс целевых групп: история, особенности метода.

33. Возможности и ограничения Data Science, сферы применения.

34. Основные определения, объекты и цели медиаисследований аудитории радио.

35. Современные модели монетизации медиа и их влияние на потенциальные сообщества.

36. Альтернативные и традиционные источники выручки в медиа как основа выживания медиа брендов.

37. Планирование бюджета: анализ окупаемости и расходов, поиск способов монетизации сообщества.

38. Теории «человеческих отношений» в управлении персоналом.

39. Основные вопросы кадрового планирования в медиа.

40. Организация обучения персонала: цели, задачи, формы.

41. Рыночные и нерыночные бизнес-модели в медиа индустрии.

42. Принципы и методы построения бизнес-моделей.

43. Субъекты рынка, особенности ценообразования в производстве и дистрибуции контента.

44. Способы привлечения капитала в медиапроекты.

45. Жизненный цикл отрасли и отраслевого рынка.

46. Процессы слияния и поглощения медиакомпаний.

47. Влияние финансово-экономических кризисов на российские медиарынки.

48. Нормы антимонопольного законодательства по регулированию медиабизнеса.

49. Этапы анализа большого объема данных при подготовке материала.

50. Особенности написания расследовательского текста.

Перечень рекомендуемой литературы для подготовки к государственному экзамену

Нормативные правовые акты

1. Международный Кодекс практики маркетинговых и социологических исследований ESOMAR (European Society Of Opinion and Market Research - Европейского общества исследований общественного мнения и рынка) и ICC (Международная торговая палата)

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

Основная литература

1. Дзялошинский, И. М. Современный медиатекст. Особенности создания и функционирования : учебник для вузов / И. М. Дзялошинский, М. А. Пильгун. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 345 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11621-2. — Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/542211 (дата обращения: 31.05.2024). — Текст : электронный/

2. Кирия, И.В. История и теория медиа: учебник для вузов / И.В. Кирия, А.А. Новикова. – Москва : Издательский дом Высшей школы экономики, 2020. – 424 с. : ил. – (Учебники Высшей школы экономики). – ЭБС Университетская библиотека online. - URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=471753 (дата обращения: 31.05.2024). – Текст : электронный.

3. Осипова, Е.А. Аксиологические основания теории связей с общественностью: Монография: Дополнительное профессиональное образование / Е.А. Осипова; Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова. - Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2016. - 228 с. – ЭБС ZNANIUM. – URL: https://znanium.com/catalog/product/524403 (дата обращения: 31.05.2024). – Текст : электронный.

Дополнительная литература

4. 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. — Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. - 495 с. - ISBN 978-5-238-01769-3. – ЭБС ZNANIUM. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1028523; ЭБС Университетская библиотека online. - URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=684925 (дата обращения: 31.05.2024) - Текст : электронный.

5. Дзялошинский, И. М. Профессиональная этика журналиста : учебник и практикум для вузов / И. М. Дзялошинский. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 412 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-9204-5. — Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/537154 (дата обращения: 31.05.2024). — Текст : электронный.

6. Еременко, К. Работа с данными в любой сфере: как выйти на новый уровень, используя аналитику / Кирилл Еременко ; пер. с англ. - Москва : Альпина Паблишер, 2019. - 303 с. - ISBN 978-5-96142-652-6. – ЭБС Alpina Digital. – URL : https://finunivers.alpinadigital.ru/book/19316; ЭБС ZNANIUM. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1078503 (дата обращения: 31.05.2024). - Текст : электронный.

7. Кастельс, М. Власть коммуникации = Communication Power : учебное пособие : / М. Кастельс ; под науч. ред. А. И. Черных ; пер. с англ. Н. М. Тылевич, А. А. Архиповой. – 3-е изд. – Москва : Издательский дом Высшей школы экономики, 2020. – 592 с. : ил. – (Переводные учебники ВШЭ). – DOI 10.17323/978-5-7598-2119-9. – ЭБС Университетская библиотека online. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=600848 (дата обращения: 31.05.2024). – Текст : электронный.

8. Макаревич, Ю. О. Event-технологии как основной инструмент позиционирования бизнеса в регионе : учебное пособие / Ю. О. Макаревич. —

Москва : Русайнс, 2024. — 121 с. — ISBN 978-5-466-06353-0. — ЭБС BOOK.ru. - URL: https://book.ru/book/953609 (дата обращения: 31.05.2024). — Текст : электронный.

9. Мухаев, Р. Т. Медиаполитика : учебник / Р.Т. Мухаев. — Москва : ИНФРА-М, 2024. — 401 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — DOI 10.12737/textbook_5cf8f5af56a078.64918831. - ISBN 978-5-16-015134-2. - ЭБС ZNANIUM. - URL: https://znanium.ru/catalog/product/2117168 (дата обращения: 31.05.2024). – Текст : электронный.

10. Пашоликов, М. С. Управление событиями. Стратегия. Тактика. Практика : руководство / М.С. Пашоликов. - Санкт-Петербург: РГПУ им. А. И. Герцена, 2019. - 52 с. – ЭБС Лань. - URL: https://e.lanbook.com/book/136678 ; ЭБС Университетская библиотека online. - URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=577820 (дата обращения: 31.05.2024). – Текст : электронный.

11. Розанова, Н. М. Корпоративное управление : учебник для вузов / Н. М. Розанова. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 339 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-02854-6. — Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/536762 (дата обращения: 31.05.2024). — Текст : электронный.

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

13. Интернет-маркетинг: учебник для вузов / О.Н. Жильцова, О.А. Артемьева, Д.А. Жильцов [и др.]; под общ. ред. О.Н. Жильцовой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Юрайт, 2021 — 336 с. — (Высшее образование). - Текст: непосредственный. - То же. - 2024. - Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/535942 (дата обращения:31.05.2024). — Текст : электронный.

Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

Электронные ресурсы БИК:

- Электронная библиотека Финансового университета (ЭБ) http://elib.fa.ru/
- Электронно-библиотечная система BOOK.RU http://www.book.ru
- Электронно-библиотечная система «Университетская библиотека ОНЛАЙН» http://biblioclub.ru/
- Электронно-библиотечная система Znanium http://www.znanium.ru/
- Электронно-библиотечная система издательства «ЮРАЙТ» https://urait.ru/
- Электронно-библиотечная система издательства Лань https://e.lanbook.com/
- Деловая онлайн-библиотека Alpina Digital http://lib.alpinadigital.ru/
- Электронная библиотека Издательского дома «Гребенников» https://grebennikon.ru/
- Научная электронная библиотека eLibrary.ru http://elibrary.ru
- Национальная электронная библиотека http://нэб.рф/
- Видеотека учебных фильмов «Решение» (тематические коллекции «Менеджмент», «Маркетинг. Коммерция. Логистика», «Юриспруденция», «Управление персоналом», «Психология управления»: http://eduvideo.online/
- Библиотека онлайн Лекций по Бизнесу и Маркетингу издательства Henry Stewart Talks https://hstalks.com/business/
- Henry Stewart Talks: Journals in The Business & Management Collection https://hstalks.com/business/journals/
- Справочная правовая система «Консультант Плюс» https://www.consultant.ru/
- Справочная правовая система «ГАРАНТ» https://www.garant.ru/
- CNKI. Academic Reference https://ar.oversea.cnki.net/
- CNKI. China Academic Journals Full-text Database https://oversea.cnki.net/kns?dbcode=CFLQ
- JSTOR Arts & Sciences I Collection http://jstor.org
- Электронные продукты издательства Elsevier http://www.sciencedirect.com
- Emerald: Management eJournal Portfolio https://www.emerald.com/insight/
- Коллекция научных журналов Oxford University Press https://academic.oup.com/journals/
- Электронные коллекции книг и журналов издательства Springer: http://link.springer.com/
- База данных научных журналов издательства Wiley https://onlinelibrary.wiley.com/
- Цифровой архив научных журналов: http://arch.neicon.ru/xmlui/

2. Примеры практико-ориентированных заданий

Задание 1.

Есть ли в указанном ниже рекламном сообщении признаки нарушения

норм действующего законодательства. Какие? Следует ли рекламораспространителю предпринять какие-либо дополнительные действия до размещения такой рекламы? Изменится ли ситуация, если вид рекламного сообщения будет не текстовый блок, а баннер?

«Нужно автокредитование? Подберем выгодный автокредит в Москве. Заполните заявку на автокредитование online».

Задание 2.

Для увеличения капитализации компании (например, частного СМИ) требуется кратное повышение участников сообщества и engagement rate. Какие инструменты комьюнити-менеджмента (онлайн и офлайн) вы предложите применить для достижения результата?

Задание 3.

Издательство печатного журнала решило увеличить охваты своего издания. Как издательству грамотно выбрать дистрибьютера.

Задание 4.

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

Задание 5.

Компания, находящаяся на общей системе налогообложения, оказала услуги на 1,2 млн. руб.

Расходы на персонал, включая отчисления, составили 0,4 млн. руб.

Прочие расходы составили 0,6 млн. руб.

Контрагенты компании на ОСНО. Все данные (если применимо) включают косвенные налоги.

Рассчитать чистую прибыль.

Задание 6.

Раскройте конкурентные преимущества отдельных видов медиа.

Задание 7.

Проведите анализ макроэкономических тенденций и сделайте прогноз развития фондового рынка.

Задание 8.

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

Задание 9.

Медиа холдинг, в состав которого входит 5 изданий, планирует увеличить объем аудитории и выйти на международный рынок. Какие шаги стоит предпринять?

3. Рекомендации обучающимся по подготовке к государственному экзамену

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

Во время подготовки к экзамену рекомендуется помимо лекционного материала, учебников, рекомендованной литературы просмотреть также выполненные в процессе обучения задания для индивидуальной и самостоятельной работы, задачи, курсовые работы.

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

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

полученным в период прохождения практики.

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

4. Критерии оценки результатов сдачи государственных экзаменов

Критерии оценки знаний выпускников в ходе ответов на теоретические вопросы

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

Критерии оценки знаний выпускников в ходе ответов на теоретические вопросы:

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

Оценка за ответ на теоретический вопрос экзаменационного билета снижается, если студент недостаточно полно освещает узловые моменты вопроса, затрудняется более глубоко обосновать те или иные положения, а также затрудняется ответить на дополнительные вопросы по данной проблематике.

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

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

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

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

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

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

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

Перед процедурой обсуждения ответов 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.

Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение
высшего образования

«ФИНАНСОВЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

ПРИ ПРАВИТЕЛЬСТВЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»

(Финансовый университет)

Кафедра массовых коммуникаций и медиабизнеса
Факультета социальных наук и массовых коммуникаций

Молодцов И.Н., Кафтан В.В., Кушнир Д.Ю.

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

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

Одобрено Советом
Кафедры массовых коммуникаций и медиабизнеса
Факультета социальных наук и массовых коммуникаций
(протокол № 7 от 6 мая 2024 г.)

Москва 2024

Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение
высшего образования

«ФИНАНСОВЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

ПРИ ПРАВИТЕЛЬСТВЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»

(Финансовый университет)

Кафедра массовых коммуникаций и медиабизнеса
Факультета социальных наук и массовых коммуникаций

Молодцов И.Н., Кафтан В.В., Кушнир Д.Ю.

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

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

Москва 2024

Содержание

1. Общие положения ……25
2. Правила подготовки к защите ВКР ……....28
3.Критерии оценки ВКР ……29
4. Структура и содержание ВКР. Требования к оформлению ВКР ……31

1. Общие положения

1.1. Образовательная программа высшего образования – программа магистратуры, реализуемая Финансовым университетом по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью, направленность программы магистратуры «Медиабизнес» (далее – программа магистратуры), разрабатывается и реализуется в соответствии с основными положениями Федерального закона «Об образовании в Российской Федерации» (от 29.12.2012 № 273-ФЗ) и на основе образовательного стандарта высшего образования федерального государственного образовательного бюджетного учреждения высшего образования «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации» (далее – ОС ВО ФУ) с учетом требований рынка труда.

Методические рекомендации основаны на Положении о выпускной квалификационной работе по программам бакалавриата и магистратуре в Финансовом университете, утвержденном Приказом Финансового университета от 18.10.2021 г. №2203/о, в котором подробно регламентированы вопросы определения и утверждения темы ВКР (п. 2), обязанности научного руководителя и обучающихся (п. 3) и другие.

ВКР по программе магистратуры может быть выполнена индивидуально или коллективно (п. 1 Приказа от 18.10.2021 г. №2203/о).

ВКР может быть подготовлена и представлена на защиту в виде реализации предпринимательского проекта, Start Up проекта (Приказ № 2085/о от 05.10.2021 «Об утверждении Регламента подготовки и защиты выпускной квалификационной работы, выполненной в виде Start Up проекта).

1.2. Выпускник, освоивший данную программу магистратуры, должен обладать следующими компетенциями:

Код и наименование компетенции
Способность к абстрактному мышлению, критическому анализу проблемных ситуаций на основе системного подхода, выработке стратегии действий (УК-1)

Способность применять коммуникативные технологии, владеть иностранным языком на уровне, позволяющем осуществлять профессиональную и исследовательскую деятельность, в т.ч. в иноязычной среде (УК-2)
Способность определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности в соответствии с важностью задач, методы повышения ее эффективности (УК-3)
Способность к организации межличностных отношений и межкультурного взаимодействия, учитывая разнообразие культур (УК-4)
Способность руководить работой команды, принимать организационно-управленческие решения для достижения поставленной цели, нести за них ответственность (УК-5)
Способность управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла (УК-6)
Способность подготавливать и реализовывать коммуникационные проекты как научно обоснованные нестандартные решения по сопровождению основной деятельности организации с учетом изменений норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем (ПКН -2)
Способность разрабатывать и реализовывать коммуникационную стратегию по сопровождению основной деятельности организации с учетом анализа основных тенденций развития общественных и государственных институтов и осуществлять эффективные, в том числе антикризисные, коммуникации (ПКН-3)
Способность анализировать и использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания коммуникационных продуктов, ориентироваться в актуальных ценностях и тенденциях развития мировой и российской медиакультуры (ПКН-5)
Способность проводить маркетинговые и медиаисследования (анализ целевой аудитории, анализ медиапотребления, анализ связи маркетинговых и медиапараметров) в целях прогнозирования и удовлетворения спроса и потребностей общества, и целевых аудиторий в профессиональной деятельности (ПКН-6)
Способность для принятия профессиональных решений анализировать актуальные тенденции развития медиакоммуникационных систем и использовать в профессиональной деятельности актуальный набор средств массовой информации региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования (ПКН-7)
Способность отбирать и внедрять в процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно-телекоммуникационные технологии для производства и распространения коммуникационных продуктов (ПКН-8)
Способность управлять интегрированными коммуникациями в цифровой среде, включая социальные медиа и мессенджеры, и оценивать эффективность продвижения, а также консультировать организации по цифровизации коммуникаций и работе антикризисной команды (ПКН-9)
Способность создавать в интересах организации долгосрочные последствия коммуникационных активностей, влияющих через обеспечение доступности и достоверности информации на общественное мнение, социальный капитал и устойчивость связей со стейкхолдерами, на коллективные ценности и механизмы продуктивной коммуникации (ПКН-10)
Способность проводить оценку эффективности профессиональной деятельности и прогнозировать эффекты и последствия в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности (ПКН-11)
Способность определить коммуникационную стратегию и порядок ее реализации в сфере медиабизнеса (ПК-1)
Способность разрабатывать инновационные решения для стратегического развития предприятия и отрасли (ПК-2)
Способность использовать цифровые коммуникации для реализации коммуникационной стратегии (ПК-3)

Способность выстроить взаимодействие с акторами информационного поля: экспертным сообществом, потребителями, партнерами, клиентами (ПК-5)
Способность консультировать по вопросам рыночных и социальных исследований, планирования и организации кампаний и мероприятий в области рекламы и связей с общественностью, управления деятельностью (ПК-6)

2. Правила подготовки к защите ВКР

2.1. Требования к содержанию и продолжительности доклада по ВКР.

Для программ магистратуры доклад должен включать в себя:

– обоснование актуальности избранной темы;

– описание научной проблемы, формулировка цели и задач работы;

– положения, выносимые на защиту;

– - результаты анализа практического материала и их интерпретацию;

– практическую значимость работы (конкретные рекомендации по совершенствованию разрабатываемой темы).

В заключительной части доклада перечисляются общие выводы и интересные результаты.

На доклад обучающемуся отводится не более 15 минут.

2.2. Требования к презентации ВКР.

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

Кафедра организует и проводит предварительную защиту ВКР по утвержденному графику. Предварительная защита может быть организована в рамках научно-исследовательских семинаров.

Явка студентов на предварительную защиту является обязательной. На предварительную защиту студент должен представить:

- презентацию по ВКР в PowerPoint;

- скриншот отчета о проверке работы в системе «Антиплагиат. ВУЗ» из личного кабинета научного руководителя;

Процедура и график предварительной защиты ВКР устанавливается выпускающей кафедрой.

2.3. Порядок определения результатов защиты ВКР установлен пунктом 5.14 Положения о выпускной квалификационной работе по программам бакалавриата и магистратуры в Финансовом университете.

3. Критерии оценки ВКР

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

Оценка *«отлично»* выставляется при условии, что: работа выполнена самостоятельно, носит творческий характер, прошла апробацию, охвачен широкий спектр теорий, концепций, подходов, обоснована авторская позиция; собран, обобщен, и проанализирован достаточный объем нормативных правовых актов, литературы, статистической информации и других практических материалов, позволивший всесторонне изучить тему и сделать аргументированные выводы и практические рекомендации; при написании и защите работы выпускником продемонстрирован высокий уровень развития компетенций, глубокие теоретические знания и наличие практических навыков; работа хорошо оформлена и своевременно представлена на кафедру, полностью соответствует требованиям, предъявляемым к содержанию и оформлению ВКР; на защите освещены все вопросы исследования, ответы студента на вопросы профессионально грамотны, исчерпывающие, подкрепляются положениями нормативно-правовых актов, выводами и расчетами, отраженными в работе.

Оценка *«хорошо»* ставится, если: тема работы раскрыта, однако выводы и рекомендации не всегда оригинальны и/или не имеют практической значимости, есть неточности при освещении отдельных вопросов темы; собран, обобщен и проанализирован необходимый объем нормативных правовых актов, литературы, статистической информации и других практических материалов, но не по всем аспектам исследуемой темы сделаны

выводы и обоснованы практические рекомендации; при написании и защите работы выпускником продемонстрирован средний уровень развития компетенций, наличие теоретических знаний и достаточных практических навыков; работа своевременно представлена на кафедру массовых коммуникаций и медиабизнеса, есть отдельные недостатки в ее оформлении; в процессе защиты работы дана общая характеристика основных положений работы, были неполные ответы на вопросы.

Оценка *«удовлетворительно»* ставится когда: тема работы раскрыта частично, но в основном правильно, допущено поверхностное изложение отдельных вопросов темы; в работе не использован весь необходимый для исследования темы объем нормативных правовых актов, литературы, статистической информации и других практических материалов, выводы и практические рекомендации не всегда обоснованы; при написании и защите работы выпускником продемонстрированы удовлетворительный уровень развития компетенций, отсутствие глубоких теоретических знаний и устойчивых практических навыков; работа своевременно представлена на кафедру массовых коммуникаций и медиабизнеса, однако не в полном объеме по содержанию и/или оформлению соответствует предъявляемым требованиям; в процессе защиты выпускник недостаточно полно изложил основные положения работы, испытывал затруднения при ответах на вопросы.

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

актуальных проблемах по теме работы, плохо отвечал на вопросы.

4. Структура и содержание разделов ВКР, требования к оформлению ВКР

4.1. ВКР должна включать следующие разделы:

– титульный лист (по форме согласно приложению № 8 к Положению о выпускной квалификационной работе по программам бакалавриата и магистратуры в Финансовом университете);

– содержание;

– введение;

– основная часть, структурированная на главы и параграфы;

– заключение;

– список использованных источников;

– приложения (при наличии).

4.2. В содержании приводятся заголовки разделов, глав и параграфов, а также указываются страницы, с которых они начинаются.

Первичным является объект исследования (более широкое понятие) - процесс или явление, избранное для изучения, т.е. объектом исследования является то, на что направлен научный поиск. Предметом исследования (некое частное, аспект объекта) принято считать ту из сторон или свойств объекта исследования, которая непосредственно подлежит изучению. Предмет исследования чаще всего близок к формулировке темы.

Если объект - это область деятельности, то предмет — это изучаемый процесс в рамках объекта исследования, именно предмет определяет тему ВКР.

Цель исследования - то, что в самом общем виде должно быть достигнуто в итоге исследования выпускной квалификационной работы. Определение цели исследования является ее основной проблемой, при этом целью исследования в ВКР должно быть получение определенных результатов, а не сам процесс исследования.

Задачи вытекают из общей цели, их определение начинается терминами

исследовательских действий: изучить, уточнить, проанализировать, выяснить, обобщить, выявить, доказать, внедрить, определить, найти, описать, установить, разработать, выработать, экспериментально доказать и т.д. Формулировки задач необходимо делать как можно точнее и обычно формулировки раскрывают содержание глав, параграфов ВКР (не больше 5 задач).

В качестве апробации результатов исследования (приоритетно для магистрантов) во введении также указывается участие обучающегося в НИР: гранты, конкурсы, выступления на конференциях, круглых столах и иных научных мероприятиях, выполнение НИР в рамках государственного задания или по договорам с организациями; имеющиеся научные публикации по теме исследования.

В конце введения раскрывается структура работы (дается краткий перечень ее структурных элементов, например, работа состоит из введения, двух глав, заключения, списка использованной литературы.

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

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

Первая глава содержит исторические, теоретические и методические аспекты исследуемой проблемы. В ней содержится обзор и анализ используемых источников информации по теме ВКР, раскрытие объекта и предмета исследования, различные теоретические концепции, принятые понятия и их классификации, а также своя аргументированная позиция по данному вопросу. Объем этой главы должен составлять 30 - 35 % от всего объема ВКР.

4.3. Во второй главе ВКР анализируются особенности объекта исследования, а также практические аспекты проблем, рассмотренных в первой главе ВКР. Вторая глава посвящена анализу практического материала, собранного во время производственной (в том числе преддипломной) практики. В ней содержится:

- анализ конкретного материала по избранной теме (на примере конкретной организации, сферы) желательно за период не менее 3-х лет;
- сравнительный анализ с действующей практикой (на примере ряда организаций);
- описание выявленных закономерностей, проблем и тенденций развития объекта и предмета исследования;
- оценка эффективности принятых решений (на примере конкретной организации).

В ходе анализа используются таблицы, схемы, диаграммы и графики. Проведенный анализ в этой части работы позволит разработать конкретные мероприятия и предложения по совершенствованию и дальнейшему развитию объекта исследования. Все предложения и рекомендации должны носить конкретный характер. Анализ современного состояния исследуемой проблемы включает в себя характеристику исследуемого объекта той или иной степени глубины, в зависимости от поставленных цели и задач, рассмотрение возможных причин, мешающих эффективному функционированию рассматриваемого объекта.

Практическая часть работы должна содержать самостоятельно проведенные обучающимся расчеты, составленный иллюстративный материал: рисунки (графики, диаграммы, схемы), таблицы. Весь иллюстративный материал должен быть проанализирован и использован для подтверждения выводов по исследуемой проблеме.

Объем второй главы должен составлять, как правило, 30 - 45 % от всего объема ВКР.

4.4. В третьей главе ВКР программ магистратуры на основе проведенных исследований, как правило, анализируются результаты

апробации (авторской методики) по решению рассматриваемой проблемы; формулируются конкретные практические рекомендации и предложения по совершенствованию исследуемых явлений и процессов, разрабатываются пути решения проблемной ситуации и определяется научный вклад автора.

Объем третьей главы должен составлять, как правило, 20-30 % от всего объема ВКР.

В конце каждой главы должны быть сделаны авторские выводы.

Заключение как самостоятельный раздел ВКР содержит краткий обзор основных аналитических выводов проведенного исследования и описание полученных в ходе него результатов. Объем заключения, должен составлять, как правило, до 5-ти страниц. Заключение является основой доклада обучающегося на защите ВКР.

В заключении должны быть представлены: общие выводы по результатам работы; предложения по использованию результатов работы, возможности внедрения разработанных предложений (указывается наличие справки о внедрении, если имеется); возможные направления дальнейшего научного исследования проблемы.

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

Список использованных источников располагается в следующем порядке:

- законы Российской Федерации (в прямой хронологической последовательности);

- указы Президента Российской Федерации (в той же последовательности); постановления Правительства Российской Федерации (в той же очередности); нормативные акты, инструкции (в той же очередности);

- иные официальные материалы (резолюции-рекомендации международных организаций и конференций, официальные доклады,

официальные отчеты, материалы судебной практики и др.);

- монографии, учебники, учебные пособия (в алфавитном порядке);

- авторефераты диссертаций (в алфавитном порядке);

- научные статьи (в алфавитном порядке);

- литература на иностранном языке (в алфавитном порядке);

- интернет-источники.

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

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

Объем заключения, должен составлять, как правило, до 5-ти страниц. Заключение является основой доклада обучающегося на защите ВКР.

5. Требования к оформлению ВКР

5.1. ВКР оформляется в соответствии с ГОСТ Р 7.0.5-2008 Библиографическая ссылка. Общие требования и правила составления; ГОСТ 7.32-2017. Межгосударственный стандарт. Отчет о научно-исследовательской работе. Структура и правила оформления; ГОСТ Р 7.0.100-2018 «Библиографическая запись. Библиографическое описание. Общие требования и правила составления»; ГОСТ Р 7.0108-2022 Библиографические ссылки на электронные документы, размещенные в информационно-телекоммуникационных сетях. Общие требования к составлению и оформлению.

5.2. К защите принимаются только сброшюрованные работы. ВКР оформляется с использованием компьютера и должна быть напечатана на стандартных листах бумаги формата А4 белого цвета, на одной стороне (без оборота), через полтора межстрочных интервала. Шрифт выбирается Times New Roman, черного цвета, размер №14.

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

5.4. ВКР состоит из следующих структурных элементов: введение, заключение, список использованных источников, приложение(ия). Слова

«ВВЕДЕНИЕ», «ЗАКЛЮЧЕНИЕ», «СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ», «ПРИЛОЖЕНИЕ» следует располагать посередине текстового поля, без кавычек, без подчеркивания и без проставления точки в конце заголовка.

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

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

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

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

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

5.10. Страницы следует нумеровать арабскими цифрами, соблюдая сквозную нумерацию по всему тексту. Номер страницы проставляют, начиная со второй, посередине нижнего поля листа. Титульный лист включается в общую нумерацию страниц отчета, но номер страницы на титульном листе не проставляется.

Каждую главу работы следует начинать с новой страницы. Параграфы на составные части не подразделяются. Приложения не входят в установленный объем ВКР, при этом страницы нумеруются.

5.11. Для сносок шрифт выбирается Times New Roman, черного цвета,

размер № 12, через одинарный интервал. Сноски следует нумеровать арабскими цифрами, соблюдая сквозную нумерацию по всему тексту.

5.12. Законченная 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)

Формы всей необходимой отчетности по ВКР программы магистратуры «Медиабизнес» (включая заявление на выбор темы ВКР, титульный лист ВКР, план-задание, отзыв научного руководителя, отзыв научного руководителя для коллективной ВКР, рецензию, разрешение на размещение ВКР), адаптированные к текущему учебному году, размещены на странице кафедры массовых коммуникаций и медиабизнеса http://www.fa.ru/org/chair/dmkm/Pages/mag.aspx

Приложение А

Форма заявления о закреплении темы ВКР

ФИНУНИВЕРСИТЕТ

_____
(Кафедра массовых коммуникаций и медиабизнеса)

СОГЛАСЕН

_____ _____
(дата) (подпись)

Руководителю программы магистратуры

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

_____
(Фамилия И. О. обучающегося)

_____
(наименование факультета)

_____
(№ учебной группы)

Тел. обучающегося _____

E-mail обучающегося_____

ЗАЯВЛЕНИЕ

Прошу закрепить за мной тему ВКР «_____».

«____» _____ 20__г. _____
(подпись обучающегося)

Согласовано:

Руководитель ВКР

_____ _____
(подпись) (И.О. Фамилия)

«____» _____ 20__г.

Форма задания на ВКР

ФИНУНИВЕРСИТЕТ
Кафедра массовых коммуникаций и медиабизнеса

УТВЕРЖДАЮ
Руководитель выпускной квалификационной работы

_____
(должность)

_____
(подпись) (И.О. Фамилия)

«____»_____20__г.

Задание
на выпускную квалификационную работу

Обучающемуся_____
(фамилия, имя, отчество)

Тема выпускной квалификационной работы «_____»

закреплена приказом Финуниверситета от «____»_____20__г. №_____

Целевая установка: разработка предложений по использованию работы[1]
_____
_____

Основные вопросы, подлежащие разработке (исследованию):
_____
_____
_____
_____
_____
_____

Основная литература указывается в Приложении к заданию

Дата выдачи задания «____»_____20__г.
Задание получил:

_____
(Подпись, Фамилия И.О. обучающегося)

[1] Руководитель ВКР конкретизирует целевую установку ВКР, исходя из темы ВКР

Форма отзыва руководителя о работе обучающегося в период подготовки ВКР

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

ОТЗЫВ РУКОВОДИТЕЛЯ
о работе обучающегося в период подготовки
ВКР по программе магистратуры[2]

Обучающийся_____
(фамилия имя отчество)
Факультет социальных наук и массовых коммуникаций
Кафедра массовых коммуникаций и медиабизнеса
Направление подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность «Медиабизнес»
Наименование темы_____
Руководитель
_____
(имя отчество фамилия, должность, ученое звание, ученая степень)

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

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

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

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

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

_____
_____
_____

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

_____
_____
_____
_____

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

_____
_____
_____

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

_____
_____
_____
_____
_____

8. Недостатки в работе обучающегося в период подготовки ВКР:_____

_____
_____
_____

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

_____

_____
(И. О. Фамилия руководителя)

_____
(подпись руководителя)

«___» _____ 20__г.

Приложение Г
к Положению

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

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

ОТЗЫВ РУКОВОДИТЕЛЯ
о совместной работе обучающихся в период подготовки коллективной выпускной квалификационной работы по программе магистратуры[3]

Коллектив обучающихся:
_____
(фамилия, имя, отчество)
_____
(фамилия, имя, отчество)
_____
_____
(фамилия, имя, отчество)
Факультет_____
кафедра_____
Направление подготовки
_____
Направленность_____
Наименование
темы_____
Руководитель_____
(имя отчество фамилия, должность, ученое звание, ученая степень)
1. Актуальность темы, полнота обзора отечественной и зарубежной научной литературы по теме исследования
_____
_____
2. Оценка законченности и полноты проведенного исследования, достоверности полученных результатов, их соответствие поставленным целям и
задачам:
_____
_____

_____
_____
_____

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

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

_____
_____
_____

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

_____
_____

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

_____
_____
_____

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

_____
_____

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

_____
_____
_____

8. Недостатки в работе обучающегося в период подготовки ВКР:

_____
_____

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

_____
(И.О. Фамилия руководителя)

_____
(подпись руководителя)

«___»_____ 20__ г.

Приложение Д

Форма титульного листа ВКР

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

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

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

Выполнил студент учебной группы
_____
(номер учебной группы)

_____
(ФИО полностью) (подпись)
Руководитель_____
(ученая степень и/или звание)

_____
(ФИО полностью) (подпись)

ВКР соответствует предъявляемым требованиям
Заведующий Кафедрой массовых
коммуникаций и медиабизнеса

_____
(ученая степень и/или звание)

_____ _____
(подпись) (И.О. Фамилия)
«___» _____20___г.

Москва – 20__г