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
42.03.01 Реклама и связи с общественностью,
ОП «Реклама и связи с общественностью», ОП «Связи с общественностью в политике и бизнесе /Public Relations in Politics and Business», Профиль:
«Связи с общественностью в политике и бизнесе/ Public Relations in Politics and Business»

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

Москва 2024

Перечень компетенций, подлежащих оценке в ходе государственной итоговой аттестации

ОП «Реклама и связи с общественностью», ОП «Связи с общественностью в политике и бизнесе/Public Relation in Politics and Business»

Код и наименование компетенции	Форма государственной итоговой аттестации, в рамках которой проверяется сформированность компетенции
1	2
Универсальные компетенции и индикаторы их достижения	
Межкультурное взаимодействие	
Способность к восприятию межкультурного разнообразия общества, в социально-историческом, этическом и философских контекстах, анализу и мировоззренческой оценке происходящих процессов и закономерностей (УК-1)	Государственный экзамен
Коммуникация	
Способность применять нормы государственного языка Российской Федерации в устной и письменной речи в процессе личной и профессиональной коммуникаций (УК-2)	Выпускная квалификационная работа/ Государственный экзамен
Способность применять знания иностранного языка на уровне, достаточном для межличностного общения, учебной и профессиональной деятельности (УК-3)	Выпускная квалификационная работа/ Государственный экзамен
Цифровая компетенция	
Способность использовать прикладное программное обеспечение при решении профессиональных задач (УК-4)	Выпускная квалификационная работа
Правовая компетенция	
Способность использовать основы правовых знаний в различных сферах деятельности (УК-5)	Выпускная квалификационная работа
Самоорганизация и саморазвитие (в том числе здоровьесбережение)	
Способность применять методы физической культуры для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности (УК-6)	Государственный экзамен
Безопасность жизнедеятельности	
Способность создавать и поддерживать безопасные условия жизнедеятельности для сохранения природной среды, обеспечения устойчивого развития общества, владеть основными методами защиты от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий и военных конфликтов (УК-7)	Государственный экзамен
Самоорганизация и саморазвитие	

Способность и готовность к самоорганизации, продолжению образования, к самообразованию на основе принципов образования в течение всей жизни (УК-8)	Государственный экзамен
Разработка и реализация проектов	
Способность к индивидуальной и командной работе, социальному взаимодействию, соблюдению этических норм в межличностном профессиональном общении (УК-9)	Выпускная квалификационная работа, Государственный экзамен
Системное и критическое мышление	
Способность осуществлять поиск, критически анализировать, обобщать и систематизировать информацию, использовать системный подход для решения поставленных задач (УК-10)	Выпускная квалификационная работа/ Государственный экзамен
Способность к постановке целей и задач исследований, выбору оптимальных путей и методов их достижения (УК-11)	Выпускная квалификационная работа/ Государственный экзамен
Инклюзивная компетентность	
Способность использовать базовые дефектологические знания в социальной и профессиональной сферах (УК-12)	Государственный экзамен
Экономическая культура, в том числе финансовая грамотность	
Способность принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности (УК-13)	Выпускная квалификационная работа/ Государственный экзамен
Гражданская позиция	
Способность формировать нетерпимое отношение к проявлениям экстремизма, терроризма, коррупционному поведению, попыткам фальсификации истории и противодействовать им в профессиональной деятельности (УК-14)	Государственный экзамен
Информационно-коммуникационные технологии	
Способность релевантно решаемым задачам использовать информационные ресурсы и информационно-коммуникационные технологии для достижения целей, связанных с профессиональной деятельностью, обучением, участием в жизни общества и других сферах жизни (УК-15)	Выпускная квалификационная работа
Общепрофессиональные компетенции направления	
Продукт профессиональной деятельности	
Способность создавать коммуникационные продукты, востребованные обществом и коммуникационными индустриями, в форме текста, аудио- и видеоматериалов, интернет-контента в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем (ПКН -1)	Государственный экзамен
Общество и государство	
Способность разрабатывать и реализовывать коммуникационную	Государственный экзамен /

стратегию с учетом тенденций развития общественных и государственных институтов и осуществлять эффективные, в том числе антикризисные, коммуникации (ПКН-2)	Выпускная квалификационная работа
Способность обеспечивать личную профессиональную эффективность в меняющейся внешней среде, также соответствие решений и действий трансформирующимся требованиям рынка (ПКН-3)	Государственный экзамен / Выпускная квалификационная работа
Культура	
Способность использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания коммуникационных продуктов, ориентироваться в актуальных ценностях и тенденциях развития мировой и российской медиакультуры (ПКН-4)	Государственный экзамен
Аудитория	
Способность проводить маркетинговые и медиаисследования (анализ целевой аудитории, анализ медиапотребления, анализ связи маркетинговых и медиапараметров) и отвечать на запросы и потребности общества и целевой аудитории в профессиональной деятельности (ПКН-5)	Выпускная квалификационная работа
Медиакоммуникационная система	
Способность 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-6)	Государственный экзамен / Выпускная квалификационная работа
Технологии	
Способность использовать современные технические средства и информационно-телекоммуникационные технологии для производства и распространения коммуникационных продуктов (ПКН-7)	Государственный экзамен
Способность управлять коммуникациями в цифровой среде, включая социальные медиа и мессенджеры, а также консультировать организации по цифровизации коммуникаций (ПКН-8)	Государственный экзамен
Эффекты	
Способность организовывать процессы, влияющие на общественное мнение через развитие социального капитала и создание устойчивых связей со стейкхолдерами организации, коллективных ценностей и механизмов продуктивной коммуникации, обеспечение доступности и достоверности информации (ПКН-9)	Государственный экзамен / Выпускная квалификационная работа
Способность проводить оценку эффективности профессиональной деятельности и учитывать эффекты и последствия, следуя принципам социальной ответственности (ПКН-10)	Государственный экзамен / Выпускная квалификационная работа
ОП «Реклама и связи с общественностью»	

Профессиональные компетенции (2023 г.п.)	
Профиль «Интегрированные коммуникации»	
Способность диагностировать проблемы в процессе управления коммуникациями организации-объекта и обосновывать рекомендации по изменению ситуации (ПКП-1)	Государственный экзамен / Выпускная квалификационная работа
Способность разрабатывать стратегию интегрированных коммуникаций с учетом фазы жизненного цикла и уровня зрелости в управлении организацией-объектом (ПКП-2)	Государственный экзамен / Выпускная квалификационная работа
Способность обосновывать коммуникационную и экономическую эффективность в выборе ключевых активностей при реализации стратегии интегрированных коммуникаций (ПКП-3)	Государственный экзамен / Выпускная квалификационная работа
Способность обеспечивать правовую защиту и мониторинг нелегального использования созданных результатов коммуникационной деятельности (ПКП-4)	Выпускная квалификационная работа
Способность управлять рисками коммуникационной деятельности и измерять эффекты интегрированной коммуникации (ПКП-5)	Государственный экзамен / Выпускная квалификационная работа
Профиль «Медиаинновации»	
Способность анализировать и прогнозировать развитие коммуникационных индустрий на основе результатов отраслевых исследований и методов стратегического анализа (ПКП-1)	Государственный экзамен / Выпускная квалификационная работа
Способность адаптировать глобальные медиаинновации в региональных медиакультурах с учетом правовых и этических норм регулирования (ПКП-2)	Государственный экзамен / Выпускная квалификационная работа
Способность управлять инновационным медиапроектом, работать с инфраструктурой инновационной деятельности, инициировать партнерские проекты и интегрироваться в государственные программы развития (ПКП-3)	Выпускная квалификационная работа
Способность управлять проектной деятельностью по разработке и тестированию творческих и креативных решений для коммуникационной продукции в соответствии с потребностями общества (ПКП-4)	Выпускная квалификационная работа
Способность изменять существующие и создавать новые бизнес-модели и бизнес-процессы для традиционных и новых медиа в соответствии с трендами развития коммуникационных индустрий (ПКП-5)	Выпускная квалификационная работа
Профиль «Общественно-политическая и бизнес-журналистика»	
Способность организовать доставку продукции СМИ через разные каналы дистрибуции (ПКП-1)	Государственный экзамен
Способность сформировать понимание ценности продукции СМИ и развивать реальный и потенциальный спрос у конечного потребителя (ПКП-2)	Выпускная квалификационная работа
Способность разрабатывать контент-стратегию, писать тексты и подбирать иллюстрации, проверять контент на соответствие требованиям канала, анализировать эффективность контента на основе веб-аналитики (ПКП-3)	Государственный экзамен / Выпускная квалификационная работа

Способность отслеживать информационные поводы и планировать деятельность по созданию информационных материалов СМИ (ПКП-4)	Государственный экзамен / Выпускная квалификационная работа
Способность разрабатывать композицию номера издания, отбирать иллюстративный материал, принимать решения по изменению дизайна, заказывать печать тиража и принимать выполненную работу (ПКП-5)	Государственный экзамен / Выпускная квалификационная работа
ОП «Связи с общественностью в политике и бизнесе/Public Relation in Politics and Business»	
Профиль «Связи с общественностью в политике и бизнесе/Public Relation in Politics and Business» (2023 г.п.)	
Способность осуществлять анализ публичной информации и готовить информационные материалы на русском и английском языках (ПКП-1)	Государственный экзамен / Выпускная квалификационная работа
Способность реализовывать PR и GR-проекты в политической и экономической сферах (ПКП-2)	Выпускная квалификационная работа
Способность осуществлять эффективные, в том числе антикризисные, коммуникации с политическими и деловыми партнерами, а также СМИ (ПКП-3)	Государственный экзамен
Способность эффективно влиять на общественное мнение (ПКП-4)	Государственный экзамен

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)
« 7 » июня 2024 г.

Молодцов И.Н., Кафтан В.В., Сахарова Н.В.

Программа государственного экзамена

для студентов, обучающихся по направлению подготовки
42.03.01 Реклама и связи с общественностью,
ОП «Реклама и связи с общественностью», ОП «Связи с общественностью в политике и бизнесе /Public Relations in Politics and Business»

Рекомендовано Ученым советом
Факультета социальных наук и массовых коммуникаций
(протокол № 43 от 21.05.2024 г.)

Одобрено Советом Кафедры
массовых коммуникаций и медиабизнеса
Факультета социальных наук и массовых коммуникаций
(протокол № 7 от 6.05.2024 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., Сахарова Н.В.

Программа государственного экзамена

для студентов, обучающихся по направлению подготовки
42.03.01 Реклама и связи с общественностью,
ОП «Реклама и связи с общественностью», ОП «Связи с общественностью в политике и бизнесе /Public Relations in Politics and Business»

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. Раскройте содержание понятия «коммуникация». Назовите основные подходы к исследованию коммуникации, виды коммуникаций, основные элементы и этапы коммуникационного процесса.
2. Характеристика концептуальных оснований для теоретических моделей коммуникаций.
3. Характеристика функциональных оснований для прикладных моделей коммуникаций.
4. Объясните технологические и гуманитарные особенности информационного общества.
5. Массовое сознание: основные подходы в изучении, характеристика аудитории, специфика массовой коммуникации, способы влияния.
6. Опишите феномены массовой коммуникации: «волшебная пуля», социальное научение, культивирование.
7. Опишите феномены массовой коммуникации: социализация, использование и удовлетворение, навязывание повестки дня.
8. Опишите феномены массовой коммуникации: конструктивизм, спираль молчания, конспирология.
9. Раскройте знаково-символические основания коммуникаций: подходы в изучении символа, виды символов, символическая технология брендинга.
10. Концепция интегрированных маркетинговых коммуникаций (ИМК): причины появления, основные элементы, возможности и ограничения использования, модель PESO.
11. Обзор актуальных коммуникационных активностей собственных медиа (owned media): особенности, технологии, форматы, возможности работы в режиме рекламы и PR.

12. Обзор актуальных коммуникационных активностей платных медиа (paid media): особенности, технологии, форматы, возможности работы в режиме рекламы и PR.

13. Обзор актуальных коммуникационных активностей вирусных медиа (shared media): особенности, технологии, форматы, возможности работы в режиме рекламы и PR.

14. Обзор актуальных коммуникационных активностей заработанных медиа (earned media): особенности, технологии, форматы, возможности работы в режиме рекламы и PR.

15. Общие правовые требования к рекламе и PR. Особенности правового регулирования рекламной и PR-деятельности в России.

16. Характеристика рекламной коммуникации. Реклама как ретранслятор стереотипов: исторические контексты и этические аспекты. Рекламная коммуникация в виртуальном пространстве.

17. Особенности коммерческой, политической и социальной рекламы: заказчики, технологии, аудитории, классификация рекламных средств.

18. Правовые и этические требования к производству и размещению рекламы в медиапространстве России.

19. Специфика, качественные и количественные методы исследований в сфере рекламы.

20. Эволюция, коммуникационные каналы, инструменты, области и стратегии применения цифрового маркетинга.

21. Антикризисный PR и GR: особенности, технологии, примеры.

22. Использование «черного PR» в медиапространстве России: технологии, примеры, риски.

23. Принципы и стратегии антикризисных коммуникаций. Требования по подготовке к действиям в кризисной ситуации.

24. Информационная война: сущность, методы ведения, способы защиты и противодействия.

25. Эволюции концепции брендинга и бренд-менеджмента; идентичность, портфель, архитектура, модель разработки и управления брендом, защита и оценка стоимости элементов бренда.

26. Общее представление о медиа: понятие, история развития, способы влияния на аудиторию.

27. Новые медиа: особенности, технологии, безопасность, перспективы.

28. Структура медиакомпании и функционал основных подразделений.

Перечень рекомендуемой литературы для подготовки к государственному экзамену

Основная литература:

1. Кафтан, В. В. Теория и практики массовых коммуникаций : учебник / В. В. Кафтан. — Москва : КноРус, 2024. — 453 с. — ISBN 978-5-406-12607-3. — ЭБС BOOK.ru. - URL: https://book.ru/book/951874 (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. Синяева, И. М. Реклама и связи с общественностью : учебник для вузов / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, Д. А. Жильцов. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 453 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-19115-8. — Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/555976 (дата обращения: 31.05.2024). — Текст : электронный.

4. Шарков, Ф. И. Коммуникология: основы теории коммуникации : учебник для бакалавров / Ф. И. Шарков. - 7-е изд., стер. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2023. - 488 с. - ISBN 978-5-394-05111-1. - ЭБС ZNANIUM. - URL:

https://znanium.com/catalog/product/2082722 (дата обращения: 31.05.2024). – Текст : электронный.

Дополнительная литература:

5. Английский язык. Медиакоммуникации и журналистика = English for Mediacommunication and Journalism : учеб. для напр. бакалавриата «Журналистика», «Медиакоммуникации» / К. И. Хомутский, А. А. Левина, А. А. Хавронич [и др.] ; под ред. К. И. Хомутского. — Москва : КноРус, 2023. — 200 с. — ISBN 978-5-406-10727-0. — ЭБС BOOK.RU. — URL: https://book.ru/book/947063 (дата обращения: 31.05.2024). — Текст : электронный.

6. Кафтан, В.В. Концепции, практики и технологии современных медиа: учебник для направлений бакалавриата и магистратуры "Реклама и связи с общественностью" / В.В. Кафтан; Финуниверситет. — Москва: Кнорус, 2022. — 514 с.: ил. — (Бакалавриат и магистратура). — Текст : непосредственный. - То же. - 2023. - ЭБС BOOK.ru. - URL: https://book.ru/book/949207 (дата обращения: 31.05.2024). — Текст : электронный.

7. Чумиков, А. Н. Государственный PR: связи с общественностью для государственных организаций и проектов : учебник / А.Н. Чумиков, М.П. Бочаров. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : ИНФРА-М, 2023. — 343 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — DOI 10.12737/textbook_592bf62f2c4f86.51817652. – ЭБС ZNANIUM. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1904453 (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 профиля

1. Прогноз развития технологий в коммуникациях (CommsTech): обзор технологий, примеры успеха и неудач, тренды и риски.

2. Технологии личной эффективности специалиста по рекламе и связям с общественностью: целеполагание, тайм-менеджмент, техника продажи идеи, техника обратной связи, личный брендинг.

3. Тендер на закупку PR-услуг: рекомендации АКОС по оценке квалификации участников.

4. Взаимоотношения агентства с рекламодателями: виды и условия тендеров, формы оплаты, медиааудит – рекомендации АКАР.

5. Цели, виды и средства внутрикорпоративных коммуникаций. Соотношение формальных и неформальных коммуникаций. Аудит внутренних коммуникаций.

6. Особенности деятельности пресс-секретаря как ньюсмейкера.

7. Организация работы пресс-службы: исследовательская, творческая, производственная и управленческая функция.

8. Типовые показатели и методы оценки эффективности коммуникационной кампании.

9. Подготовка и реализация качественного исследования: цели, носители информации, методы сбора и обработки, структура отчета.

10. Подготовка и реализация количественного исследования: цели, носители информации, методы сбора и обработки, структура отчета.

11. Технология спонсоринга: цели, основания для выбора объекта спонсирования, спонсорский пакет, способы контроля, особенности спонсоринга в сфере образования, науки, медицины, спорта и культуры.

12. Этапы подготовки и реализации коммуникационного проекта: рекомендации PACO.

13. Подходы и методы бюджетирования PR-деятельности.

14. Подходы и методы определения рекламного бюджета.

15. Экономическое обоснование в организации производства контента – производить самим или покупать: расчет методом точки безубыточности, сравнение критического числа и планового объема. Варианты комбинирования работы собственного персонала, сторонних специалистов (аутсорсинг) и фрилансеров.

16. Характеристика и виды специальных мероприятий. Перспективы интеграции физического и цифрового пространства в событийной

коммуникации.

17. Интерактивный контент: характеристика, форматы и примеры.

18. Видеоконтент: характеристика, форматы, примеры, тренды.

19. Аудиоконтент: характеристика, форматы, примеры, тренды.

20. Инфографика: характеристика, форматы, примеры, тренды.

21. Цифровой сторителлинг: определение, основные элементы истории, организация мультисенсорного воздействия, онлайн-сервисы для работы.

22. Технология копирайтинга: определение, виды, основные техники, онлайн-сервисы для работы.

23. Медиакомпозиции шортрид и лонгрид: особенности производства и потребления контента, условия эффективности.

24. Жанровая классификация PR-текстов. Структура и виды пресс-релиза.

25. Процесс разработки контента: рекомендации PACO.

26. Инновационные медиапрактики: блоггинг, медиаискусство, новые образовательные практики; трансформация современной музейной коммуникации.

27. Анализ и стратегическое планирование в медиаиндустрии.

28. Оценка рисков создания и реализации медиапроекта.

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. Вылегжанин, Д. А. Теория и практика паблик рилейшнз: учебное пособие / Д. А. Вылегжанин. - 4-е изл., стер. - Москва : ФЛИНТА, 2019. - 371 с. - ISBN 978-5-9765-0272-7 - ЭБС ZNANIUM. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1047502 (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. 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:

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. 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.

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. 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.

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

ОП «Связи с общественностью в политике и бизнесе / Public Relations in Politics and Business» 2023 г.п.

Профиль «Связи с общественностью в политике и бизнесе / Public Relations in Politics and Business»

1. Определите тренды в событийной коммуникации и с их учетом предложите план корпоративного праздника.
2. Определите тренды в событийной коммуникации и с их учетом предложите план мероприятия по презентации продукта.
3. Определите тренды в событийной коммуникации и с их учетом предложите план презентации благотворительного проекта.
4. Изучите ситуационный пример и объясните особенности коммуникационного сопровождения судебного процесса.
5. Изучите ситуационный пример и проанализируйте обоснованность в определении задач коммуникации и целевых аудиторий в реализации антикризисной программы.
6. Изучите ситуационный пример и проанализируйте обоснованность выбора ключевых коммуникационных активностей в реализации антикризисной программы.
7. Изучите ситуационный пример и проанализируйте доказательства, подтверждающие созданные PR-реакции при реализации антикризисной программы.
8. Изучите ситуационный пример и проанализируйте доказательства, подтверждающие созданные PR-результаты при реализации антикризисной программы.
9. Изучите ситуационный пример и проанализируйте доказательства, подтверждающие созданный конечный эффект при реализации антикризисной программы.
10. Проанализируйте отчет о реализации программы по формированию корпоративной культуры и предложите нестандартное (проектное) решение по развитию корпоративной идентичности сотрудников.
11. Проанализируйте отчет о реализации программы по формированию корпоративной культуры и предложите нестандартное (проектное) решение по развитию корпоративного медиа.
12. Проанализируйте отчет о реализации программы по формированию

корпоративной культуры и предложите нестандартное (проектное) решение по формированию репутации руководителей.

13. Проанализируйте отчет о реализации программы по формированию корпоративной культуры и предложите нестандартное (проектное) решение по коммуникационному сопровождению изменений в работе организации-объекта.

14. Характеристика трендов в коммуникационном сопровождении российских компаний на зарубежных рынках. Примеры коммуникационных активностей.

15. Характеристика трендов в коммуникационной поддержке международного сотрудничества. Примеры коммуникационных активностей.

16. Характеристика трендов в коммуникационном сопровождении финансовых сделок в современных условиях. Примеры коммуникационных проектов.

17. Характеристика трендов в коммуникационной поддержке программ корпоративной социальной ответственности. Примеры коммуникационных проектов.

18. Проанализируйте примеры лучших практик по управлению политическими коммуникациями с избирателями на основе модели интегрированной системы оценки AMEC.

19. Проанализируйте примеры лучших практик по формированию репутации политических партий, объединений и их лидеров на основе модели интегрированной системы оценки AMEC.

20. Проанализируйте примеры лучших практик по коммуникациям с органами государственной власти в ситуации социального кризиса на основе модели интегрированной системы оценки AMEC.

21. Проанализируйте примеры лучших практик по коммуникациям с органами государственной власти в ситуации военно-политического кризиса на основе модели интегрированной системы оценки AMEC.

22. Проанализируйте примеры лучших практик по коммуникациям с

органами государственной власти в ситуации энергетического кризиса на основе модели интегрированной системы оценки AMEC.

23. Разработайте предложение по формированию персонального бренда для кандидата политической партии в рамках избирательной кампании.

24. Разработайте рекомендации по повышению эффективности бренд-коммуникаций конкретного бренда.

25. Разработайте модель управления внешними коммуникациями бренда компании.

26. Предложите модель управления внутренними коммуникациями для продвижения корпоративных ценностей компании в целях укрепления HR-бренда работодателя.

ОП «Реклама и связи с общественностью»

Профиль «Общественно-политическая и бизнес-журналистика» 2023 г.п.

1. Разработайте предложение динамической инфографики на тему «Варианты структурирования элементов новости».
2. Разработайте предложение динамической инфографики на тему «Варианты структурирования элементов интервью».
3. Разработайте предложение динамической инфографики на тему «Варианты структурирования элементов репортажа».
4. Составьте Чек-лист на тему «Медиакомпозиция шортрид».
5. Составьте Чек-лист на тему «Медиакомпозиция лонгрид».
6. Разработайте таймлайн на тему «История журналистики в России»
7. Разработайте таймлайн на тему «Типичный день журналиста делового издания».
8. Разработайте таймлайн на тему «Типичный день журналиста общественно-политического издания».
9. Разработайте инфографику в формате карточек на тему «10 главных

фактов о репортаже».

10. Разработайте инфографику в формате карточек на тему «10 главных фактов об интервью».

11. Разработайте инфографику в формате карточек на тему «10 грубых ошибок при написании новости».

12. Составьте краткую презентацию на тему «Отличия «жесткой» и «мягкой» новости».

13. Подготовьте презентацию на тему «Как получить комментарий»

14. Разработайте интеллект-карту на тему «Алгоритм работы над интервью».

15. Разработайте интеллект-карту на тему «Алгоритм работы над репортажем».

16. Разработайте интеллект-карту на тему «Работа над текстом интервью».

17. Составьте карту бизнес-процесса «Как сделать аудиоподкаст».

18. Составьте карту бизнес-процесса «Как сделать видеоподкаст».

19. Составьте карту бизнес-процесса «Как сделать бренд-медиа».

20. Пройдите тест на тему «Критерии новостной ценности события».

21. Составьте тест на тему «Комментирование: реплики и отклики».

22. Пройдите тест на тему «Комментирование: мнение в виде версии».

23. Предложите идею и опишите основные задания квиза на тему «Самые известные инфлюенсеры России».

24. Предложите идею и опишите основные задания квиза на тему «Самые известные журналисты России».

25. Предложите идею и опишите основные задания квиза на тему «Самые лучшие лонгриды России».

26. Предложите идею и опишите основные задания квиза на тему «Самые крупные медиаресурсы России».

Профиль «Интегрированные коммуникации»

1. Интегрированное коммуникационное планирование: ключевые этапы процесса.
2. Интегрированное коммуникационное планирование: участники, документы.
3. Анализ конкурентов в планировании рекламной кампании.
4. Анализ целевой аудитории в планировании рекламной кампании.
5. Анализ медиапотребления в планировании рекламной кампании.
6. Структура коммуникационного брифа.
7. Прогноз эффективности рекламной кампании: эконометрическое моделирование.
8. Переговоры с медиапартнерами: условия, параметры, ответственность.
9. Разработка креативных решений для мультиканальной рекламной кампании.
10. Разработка креативных решений для рекламной кампании в диджитал-среде.
11. Разработка креативных решений рекламной кампании для промоактиваций.
12. Разработка креативных решений рекламной кампании для ивентов.
13. Организация медиаразмещения на носителях: телевидение.
14. Организация медиаразмещения на носителях: радио.
15. Организация медиаразмещения на носителях: печатные СМИ.
16. Организация медиаразмещения на носителях: наружная реклама.
17. Организация медиаразмещения на носителях: интернет.
18. Основные параметры рекламной кампании: каналы, издания, форматы, частота, охват.
19. Разработка визуальной идентичности и семантики бренда.
20. Разработка фирменного стиля бренда и создание брендбука.
21. Разработка рекламных акций для конечного потребителя в местах продаж.
22. Разработка рекламных кампаний вне мест продаж.

23. Продвижение бренда через лидеров мнений.

24. Оценка эффективности рекламной кампании.

25. Отчетность о проведенной рекламной кампании.

26. Разработайте инструментарий анкетного опроса покупателей элитного шоколада для выявления вкусовых предпочтений.

Профиль «Медиаинновации»

1. Определите тренды в создании форматов текстового контента. Приведите пример и проанализируйте его по предложенному списку контрольных вопросов для тестирования прототипа медиапродукта.

2. Определите тренды в создании форматов аудиального контента. Приведите пример и проанализируйте его по предложенному списку контрольных вопросов для тестирования прототипа медиапродукта.

3. Определите тренды в создании форматов визуального контента. Приведите пример и проанализируйте его по предложенному списку контрольных вопросов для тестирования прототипа медиапродукта.

4. Определите тренды в создании форматов аудиовизуального контента. Приведите пример и проанализируйте его по предложенному списку контрольных вопросов для тестирования прототипа медиапродукта.

5. Определите тренды в создании форматов мультимедийного контента. Приведите пример и проанализируйте его по предложенному списку контрольных вопросов для тестирования прототипа медиапродукта.

6. Определите тренды в создании форматов интерактивный контента. Приведите пример и проанализируйте его по предложенному списку контрольных вопросов для тестирования прототипа медиапродукта.

7. Определите тренды в создании форматов событийного контента. Приведите пример и проанализируйте его по предложенному списку контрольных вопросов для тестирования прототипа медиапродукта.

8. Заполните шаблон бизнес-модели для примера проекта с лидером мнений: мегаинфлюенсер.

9. Заполните шаблон бизнес-модели для примера проекта с лидером мнений: наноинфлюенсер.

10. Заполните шаблон бизнес-модели для примера проекта с лидером мнений: виртуальный инфлюенсер.

11. Заполните шаблон бизнес-модели для примера проекта с лидером мнений: блогер рыночной ниши.

12. Заполните шаблон бизнес-модели для примера проекта с лидером мнений: блогер тематической ниши.

13. Заполните шаблон бизнес-модели для примера проекта с лидером мнений: селебрити.

14. Заполните шаблон бизнес-модели для примера проекта с лидером мнений: амбассадор бренда.

15. Заполните шаблон контент-стратегии на календарный год для аудиоподкаста о ремонте бытовой техники своими руками. Сформулируйте ключевые сообщения.

16. Заполните шаблон контент-стратегии на календарный год для видеоподкаста о комнатном цветоводстве. Предложите сценарии контента для цветоводов с разным уровнем подготовки.

17. Заполните шаблон контент-стратегии на календарный год для прямых эфиров на интернет-сервисе о киберспорте. Предложите нестандартные решения по визуальному оформлению.

18. Заполните шаблон контент-стратегии на календарный год для журнала. Обоснуйте структуру тем для публикаций.

19. Заполните шаблон контент-стратегии на календарный год для канала в мессенджере. Предложите метрики для оценки его работы.

20. Изучите ситуационный пример и предложите нестандартное (проектное) решение для развития коммуникационных активностей в сообществе потребителей, объединяющихся вокруг нового бренда смартфонов, агрессивно увеличивающего долю на рынке. Предложение оформите по модели интегрированной системы оценки AMEC.

21. Изучите ситуационный пример и предложите нестандартное (проектное) решение для развития коммуникационных активностей в сообществе потребителей, объединяющихся вокруг бренда лидера рынка смартфонов, который уже несколько не может увеличить объемы продаж. Предложение оформите по модели интегрированной системы оценки AMEC.

22. Изучите ситуационный пример и предложите нестандартное (проектное) решение для развития коммуникационных активностей в сообществе потребителей, объединяющихся вокруг известной кинофраншизы, в которой очередной фильм не оправдал ожиданий. Предложение оформите по модели интегрированной системы оценки AMEC.

23. Изучите ситуационный пример и предложите нестандартное (проектное) решение для развития коммуникационных активностей в сообществе потребителей, объединяющихся вокруг бренда онлайн-игры, быстро теряющей свою популярность в мире. Предложение оформите по модели интегрированной системы оценки AMEC.

24. Изучите ситуационный пример и предложите нестандартное (проектное) решение для развития коммуникационных активностей в сообществе потребителей, объединяющихся вокруг бренда детской игрушки, производитель которой давно критикуется за навязывание стереотипов поведения. Предложение оформите по модели интегрированной системы оценки AMEC.

25. Изучите ситуационный пример и предложите нестандартное (проектное) решение для развития коммуникационных активностей в сообществе потребителей, объединяющихся вокруг бренда электромобиля в стране, где популярны автомобили с двигателем внутреннего сгорания. Предложение оформите по модели интегрированной системы оценки AMEC.

26. Постройте причинно-следственную диаграмму на примере актуальной проблемы, обусловленной изменениями трендов медиакультуры.

27. Предложите примерные направления медиапоектов, которые обладали бы реальными перспективами привлечения финансовых ресурсов для благотворительных организаций.

28. Проведите оценку эффективности представленной программы бренд-коммуникаций.

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.

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

для студентов, обучающихся по направлению подготовки
42.03.01 Реклама и связи с общественностью,
ОП «Реклама и связи с общественностью», ОП «Связи с общественностью в политике и бизнесе /Public Relations in Politics and Business»

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

Москва 2024
30

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.

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

для студентов, обучающихся по направлению подготовки
42.03.01 Реклама и связи с общественностью,
ОП «Реклама и связи с общественностью», ОП «Связи с общественностью в политике и бизнесе /Public Relations in Politics and Business»

Москва 2024

1. Общие положения

1.1. Наименование направления подготовки и направленности программы бакалавриата.

Направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, ОП «Реклама и связи с общественностью», ОП «Связи с общественностью в политике и бизнесе /Public Relations in Politics and Business».

1.2. Планируемые результаты освоения программы бакалавриата в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденным приказом Министерства образования и науки РФ (Минобрнауки России) от 08.06.2017 № 512.

1.2 Выпускник, освоивший данную программу бакалавриата, должен обладать следующими компетенциями:

Код и наименование компетенции
Способность применять нормы государственного языка Российской Федерации в устной и письменной речи в процессе личной и профессиональной коммуникаций (УК-2)
Способность применять знания иностранного языка на уровне, достаточном для межличностного общения, учебной и профессиональной деятельности (УК-3)
Способность использовать прикладное программное обеспечение при решении профессиональных задач (УК-4)
Способность осуществлять поиск, критически анализировать, обобщать и систематизировать информацию, использовать системный подход для решения поставленных задач (УК-10)
Способность к постановке целей и задач исследований, выбору оптимальных путей и методов их достижения (УК-11)
Способность принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности (УК-13)
Способность создавать коммуникационные продукты, востребованные обществом и коммуникационными индустриями, в форме текста, аудио- и видеоматериалов, интернет-контента в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем (ПКН -1)
Способность разрабатывать и реализовывать коммуникационную стратегию с учетом тенденций развития общественных и государственных институтов и осуществлять эффективные, в том числе антикризисные, коммуникации (ПКН-2)

Способность использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания коммуникационных продуктов, ориентироваться в актуальных ценностях и тенденциях развития мировой и российской медиакультуры (ПКН-4)
Способность проводить маркетинговые и медиаисследования (анализ целевой аудитории, анализ медиапотребления, анализ связи маркетинговых и медиапараметров) и отвечать на запросы и потребности общества и целевой аудитории в профессиональной деятельности (ПКН-5)
Способность 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-6)
Способность использовать современные технические средства и информационно-телекоммуникационные технологии для производства и распространения коммуникационных продуктов (ПКН-7)
Способность управлять коммуникациями в цифровой среде, включая социальные медиа и мессенджеры, а также консультировать организации по цифровизации коммуникаций (ПКН-8)
Способность организовывать процессы, влияющие на общественное мнение через развитие социального капитала и создание устойчивых связей со стейкхолдерами организации, коллективных ценностей и механизмов продуктивной коммуникации, обеспечение доступности и достоверности информации (ПКН-9)
Способность проводить оценку эффективности профессиональной деятельности и учитывать эффекты и последствия, следуя принципам социальной ответственности (ПКН-10)
ОП «Реклама и связи с общественностью» Профессиональные компетенции
Профиль «Общественно-политическая и бизнес-журналистика» (2023 гг.п.)
Способность организовать доставку продукции СМИ через разные каналы дистрибуции (ПКП-1)
Способность сформировать понимание ценности продукции СМИ и развивать реальный и потенциальный спрос у конечного потребителя (ПКП-2)
Способность разрабатывать контент-стратегию, писать тексты и подбирать иллюстрации, проверять контент на соответствие требованиям канала, анализировать эффективность контента на основе веб-аналитики (ПКП-3)
Способность отслеживать информационные поводы и планировать деятельность по созданию информационных материалов СМИ (ПКП-4)
Способность разрабатывать композицию номера издания, отбирать иллюстративный материал, принимать решения по изменению дизайна, заказывать печать тиража и принимать выполненную работу (ПКП-5)
Профиль «Интегрированные коммуникации» (2023 г.п.)
Способность диагностировать проблемы в процессе управления коммуникациями организации-объекта и обосновывать рекомендации по изменению ситуации (ПКП-1)
Способность разрабатывать стратегию интегрированных коммуникаций с учетом фазы жизненного цикла и уровня зрелости в управлении организацией-объектом (ПКП-2)
Способность обосновывать коммуникационную и экономическую эффективность в выборе ключевых активностей при реализации стратегии интегрированных коммуникаций (ПКП-3)
Способность обеспечивать правовую защиту и мониторинг нелегального использования созданных результатов коммуникационной деятельности (ПКП-4)

Способность управлять рисками коммуникационной деятельности и измерять эффекты интегрированной коммуникации (ПКП-5)
Профиль «Медиаинновации» (2023 г.п.)
Способность анализировать и прогнозировать развитие коммуникационных индустрий на основе результатов отраслевых исследований и методов стратегического анализа (ПКП-1)
Способность адаптировать глобальные медиаинновации в региональных медиакультурах с учетом правовых и этических норм регулирования (ПКП-2)
Способность управлять инновационным медиапроектом, работать с инфраструктурой инновационной деятельности, инициировать партнерские проекты и интегрироваться в государственные программы развития (ПКП-3)
Способность управлять проектной деятельностью по разработке и тестированию творческих и креативных решений для коммуникационной продукции в соответствии с потребностями общества (ПКП-4)
Способность изменять существующие и создавать новые бизнес-модели и бизнес-процессы для традиционных и новых медиа в соответствии с трендами развития коммуникационных индустрий (ПКП-5)
ОП «Связи с общественностью в политике и бизнесе/Public Relation in Politics and Business»
Профиль «Связи с общественностью в политике и бизнесе/Public Relation in Politics and Business» (2023 г.п.)
Способность осуществлять анализ публичной информации и готовить информационные материалы на русском и английском языках (ПКП-1)
Способность реализовывать PR и GR-проекты в политической и экономической сферах (ПКП-2)
Способность осуществлять эффективные, в том числе антикризисные, коммуникации с политическими и деловыми партнерами, а также СМИ (ПКП-3)
Способность эффективно влиять на общественное мнение (ПКП-4)

2. Правила подготовки к защите ВКР

2.1. Требования к содержанию и продолжительности доклада по ВКР.

Для программ бакалавриата доклад 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 рекомендации по совершенствованию разрабатываемой темы.

В заключительной части доклада перечисляются общие выводы и интересные результаты.

На доклад обучающемуся отводится не более 10 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.

Департамент организует и проводит предварительную защиту ВКР по утвержденному графику.

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 выпускающим Департаментом.

2.3. Порядок определения результатов защиты ВКР установлен пунктом

2.4. Положения о выпускной квалификационной работе по программам бакалавриата и магистратуры в Финансовом университете.

3. Структура и содержание ВКР

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

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

Введение должно занимать примерно 5 страниц при общем объеме ВКР

60-70 страниц (без приложений). Во *введении* обосновывается актуальность темы ВКР, степень научной разработанности выбранной темы, определяется ее цель, формулируются задачи, указываются предмет и объект исследования, новизна, гипотеза исследования (при наличии), описывается информационная база, раскрываются методы научного исследования, обязательно отражается теоретическая и практическая значимость работы.

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.

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

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

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

3.3. Объем работы, которая готовится одним студентом, должна составлять не менее 60 и не более 80 страниц без учета приложений.

3.4. Для коллективной ВКР объем работы увеличивается не менее, чем на 20 страниц на 1 соавтора, без учета приложений.

4. Критерии оценки ВКР

4.1. 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 в департамент/на кафедру, полностью соответствует требованиям, предъявляемым к содержанию и оформлению ВКР; на защите освещены все вопросы исследования, ответы студента на вопросы профессионально грамотны, исчерпывающие, подкрепляются положениями нормативно-правовых актов, выводами и расчетами, отраженными в работе.

Оценка *«хорошо»* ставится, если: тема работы раскрыта, однако выводы и рекомендации не всегда оригинальны и/или не имеют практической

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

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

Оценка *«неудовлетворительно»* ставится если: в работе отсутствует формулировка положений, выносимых на защиту; содержание работы не раскрывает тему, вопросы изложены бессистемно и поверхностно, нет анализа практического материала, основные положения и рекомендации не имеют обоснования; работа не оригинальна, основана на компиляции публикаций по теме; при написании и защите работы выпускником продемонстрирован

неудовлетворительный уровень развития компетенций; работа несвоевременно представлена в Департамент массовых коммуникаций и медиабизнеса, не в полном объеме по содержанию и оформлению соответствует предъявляемым требованиям; на защите выпускник показал поверхностные знания по исследуемой теме, отсутствие представлений об актуальных проблемах по теме работы, плохо отвечал на вопросы.

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.

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

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)

Приложение А

Форма заявления о закреплении темы ВКР

Руководителю кафедры массовых
коммуникаций и медиабизнеса Факультета
социальных наук и массовых коммуникаций
И.Н. Молодцову
студента ___ курса, группа _____
_____
(ФИО)

ЗАЯВЛЕНИЕ

Прошу разрешить мне выполнить выпускную квалификационную работу на тему:
«_____»
и назначить научным руководителем _____

«__»_____202_ г. _____
(подпись студента)

Телефон студента:_____
E-mail студента:_____

Согласовано:
Руководитель _____ _____
(подпись) (должность, ФИО)

«__»_____202_ г.

Заведующий
Кафедры массовых коммуникаций
и медиабизнеса _____ И.Н. Молодцов

«__»_____202_ г.

Приложение Б

Форма задания на ВКР

ФИНУНИВЕРСИТЕТ
Кафедра
массовых коммуникаций
и медиабизнеса

УТВЕРЖДАЮ
Руководитель ВКР
_____
(должность, уч. степень, уч.звание)

_____ _____
(подпись) (И.О. Фамилия)
«____» _____202_ г.

ПЛАН – ЗАДАНИЕ
на выпускную квалификационную работу

обучающегося_____
(фамилия, имя, отчество)

Тема выпускной квалификационной работы
«_____»
закреплена приказом Финуниверситета от « » _____ 202_ г. №
Целевая установка:
_____
_____

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

Приложение В

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 бакалавриата[1]

Обучающийся_____
(фамилия имя отчество)
Факультет_____
Кафедра_____
Направление подготовки _____
Направленность_____
Наименование темы_____
Руководитель_____
(имя отчество фамилия, должность, ученое звание, ученая степень)

1. Соответствие заявленной цели и задач теме ВКР:

Соответствуют *полностью / частично не соответствуют / не соответствуют*. Автор ВКР *корректно сформулировал / допустил неточности в формулировках / некорректно сформулировал* во введении понятийный аппарат исследования. Тема ВКР – *раскрыта / не раскрыта*.

2. Соответствие полученных результатов заявленной цели и задачам:

Соответствуют *полностью / частично не соответствуют / не соответствуют*. Полученные результаты характеризуются элементами новизны – *дать описание новизны, например, введение в научный оборот нового понятия, использование нового теоретического и эмпирического обоснования, нового методического подхода, обогащение профессионального знания данными смежных наук, самостоятельно проведенное автором исследование по получению первичной информации и др.*

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

Автор ВКР, *ФИО обучающегося*, *продемонстрировал / не продемонстрировал* умения использовать методы как для анализа литературы,

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

так и для обработки информации об объекте исследования. Теоретическое и эмпирическое основание исследования определены *корректно / с недостатками / некорректно*. Представленный текст ВКР *полностью / в основном / не* соответствует требованиям, предъявляемым к данному виду научно-исследовательской работы.

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

В представленной работе не применялись / Если использованы, то дать описание, например, формулы для расчетов, специальные программы или онлайн-сервисы для моделирования и др.

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

Автор ВКР разработал *теоретически / эмпирически* обоснованные решения, преодолевающие выявленные ограничения в существующих *профессиональных знаниях / условиях деятельности*. Ценность полученных результатов определяется как новизна *на креативном (копирование идеи для решения известной проблемы в новых условиях) / информационном (новая идея для решения известной проблемы) / методическом (решение новой проблемы или прогноз появления новой проблемы)* уровне.

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

Автор ВКР изучил *достаточное / недостаточное* количество литературы и источников по теме, *обоснованно / необоснованно* определил актуальное состояние объекта и смоделировал предмет исследования, а также *критически / некритически* осмыслил доступную ему информацию и логически *правильно / неправильно* сформулировал выводы. Проведенное исследование характеризуется *высокой / низкой* степенью самостоятельности.

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

Компетенции, предусмотренные Программой итоговой аттестации и подлежащие оценке в ходе выполнения ВКР, *сформированы / не сформированы. ФИО обучающегося* продемонстрировал готовность к самостоятельному решению профессиональных задач.

8. Доля (%) заимствований ВКР:

Согласно отчету системы «Антиплагиат» заимствования в авторском

тексте оформлены *корректно / некорректно* и составляют -- %, что *меньше / больше* допустимого объема заимствований для ВКР (до 15%).

9. Недостатки в работе обучающегося в период подготовки ВКР:
Существенных недостатков нет / Перечисление недостатков.

10. ВКР соответствует (не соответствует) требованиям, предъявляемым к ВКР, и может (не может) быть рекомендована к защите на заседании ГЭК:
ВКР *ФИО обучающегося* на тему «----------» *полностью / в основном / не* соответствует требованиям, предъявляемым к выпускным квалификационным работам, и *рекомендуется / не рекомендуется* к защите на заседании государственной аттестационной комиссии.

_____ _____
(подпись руководителя) (И. О. Фамилия руководителя)
«___» _____ 20__г.

Приложение Г

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

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

ОТЗЫВ РУКОВОДИТЕЛЯ
о совместной работе обучающихся в период подготовки коллективной выпускной квалификационной работы по программе бакалавриата[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. Соответствие заявленной цели и задач теме ВКР:

Соответствуют *полностью / частично не соответствуют / не соответствуют*. Автор ВКР *корректно сформулировал / допустил неточности в формулировках / некорректно сформулировал* во введении понятийный аппарат исследования. Тема ВКР – *раскрыта / не раскрыта*.

2. Соответствие полученных результатов заявленной цели и задачам:

Соответствуют *полностью / частично не соответствуют / не соответствуют*. Полученные результаты характеризуются элементами новизны – *дать описание новизны, например, введение в научный оборот нового понятия, использование нового теоретического и эмпирического обоснования, нового методического подхода, обогащение профессионального знания данными смежных наук, самостоятельно проведенное автором исследование по получению первичной информации и др.*

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

Автор ВКР, *ФИО обучающегося*, *продемонстрировал / не продемонстрировал* умения использовать методы как для анализа литературы, так и для обработки информации об объекте исследования. Теоретическое и эмпирическое основание исследования определены *корректно / с недостатками / некорректно*. Представленный текст ВКР *полностью / в основном / не* соответствует требованиям, предъявляемым к данному виду научно-исследовательской работы.

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

В представленной работе не применялись / *Если использованы, то дать описание, например, формулы для расчетов, специальные программы или онлайн-сервисы для моделирования и др.*

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

Автор ВКР разработал *теоретически / эмпирически* обоснованные решения, преодолевающие выявленные ограничения в существующих *профессиональных знаниях / условиях деятельности*. Ценность полученных результатов определяется как новизна *на креативном (копирование идеи для решения известной проблемы в новых условиях) / информационном (новая идея для решения известной проблемы) / методическом (решение новой проблемы или прогноз появления новой проблемы)* уровне.

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

Автор ВКР изучил *достаточное / недостаточное* количество литературы и источников по теме, *обоснованно / необоснованно* определил актуальное состояние объекта и смоделировал предмет исследования, а также *критически / некритически* осмыслил доступную ему информацию и логически *правильно / неправильно* сформулировал выводы. Проведенное исследование характеризуется *высокой / низкой* степенью самостоятельности.

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

Компетенции, предусмотренные Программой итоговой аттестации и подлежащие оценке в ходе выполнения ВКР, *сформированы / не сформированы. ФИО обучающегося* продемонстрировал готовность к

самостоятельному решению профессиональных задач.

8. Доля (%) заимствований ВКР:

Согласно отчету системы «Антиплагиат» заимствования в авторском тексте оформлены *корректно / некорректно* и составляют -- %, что *меньше / больше* допустимого объема заимствований для ВКР (до 15%).

9. Недостатки в работе обучающегося в период подготовки ВКР:

Существенных недостатков нет / Перечисление недостатков.

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

ВКР *ФИО обучающегося* на тему «----------» *полностью / в основном / не* соответствует требованиям, предъявляемым к выпускным квалификационным работам, и *рекомендуется / не рекомендуется* к защите на заседании государственной аттестационной комиссии.

_____ _____

(подпись руководителя) (И. О. Фамилия 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: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью,
Профиль «_____»
(наименование направленности)

Выполнил студент учебной группы
_____
(номер учебной группы)

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

_____
(ФИО полностью) (подпись)

ВКР соответствует предъявляемым требованиям
Руководитель Кафедры массовых коммуникаций и медиабизнеса

_____
(ученая степень и/или звание)

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

Москва – 20__г