

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

Ярославский филиал Финуниверситета

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

Программа государственной итоговой аттестации

для студентов, обучающихся по направлению подготовки
42.04.05 «Медиакоммуникации»
направленность программы «Проектная деятельность в
медиакоммуникациях»

Одобрено Ученым советом филиала (протокол № 48 от 21.06.2022)

Ярославль 2022

Содержание

1. Перечень компетенций, подлежащих оценке в ходе государственной итоговой аттестации для студентов, обучающихся по направлению подготовки 42.04.05 «Медиакоммуникации», направленность программы «Проектная деятельность в медиакоммуникациях»	3
2. Программа государственного экзамена	5
1. Перечень вопросов, выносимых на государственный экзамен. Перечень рекомендуемой литературы для подготовки к государственному экзамену	7
2. Примеры практико-ориентированных заданий	18
3. Рекомендации обучающимся по подготовке к государственному экзамену	23
4. Критерии оценки результатов сдачи государственных экзаменов	23
3. Методические рекомендации по подготовке и защите выпускной квалификационной работы по программе магистратуры	25
1. Общие положения	27
2. Определение темы выпускной квалификационной работы	30
3. Руководство и контроль подготовки ВКР	31
4. Структура и содержание ВКР	33
5. Порядок подготовки ВКР	34
6. Требования к оформлению ВКР	35
7. Правила подготовка к защите ВКР	43
8. Критерии оценки ВКР	47
Приложения	49

1. Перечень компетенций, подлежащих оценке в ходе государственной итоговой аттестации для студентов, обучающихся по направлению подготовки 42.04.05 «Медиакоммуникации», направленность программы «Проектная деятельность в медиакоммуникациях»

Код и наименование компетенции	Форма государственной итоговой аттестации, в рамках которой проверяется сформированность компетенции
1	2
<i>Универсальные компетенции</i>	
УК-1 Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, выработать стратегию действий	Государственный экзамен
УК-2 Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла	Государственный экзамен
УК-3 Способен организовывать и руководить работой команды, выработывая командную стратегию для достижения поставленной цели	Государственный экзамен
УК-4 Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия	Государственный экзамен
УК-5 Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия	Государственный экзамен
УК-6 Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее	Государственный экзамен
<i>Общепрофессиональные компетенции</i>	
ОПК-1 Способен планировать, организовывать и координировать процесс создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, отслеживать и учитывать изменение норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем	Государственный экзамен
ОПК-2 Способен анализировать основные тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	Государственный экзамен Выпускная квалификационная работа
ОПК-3 Способен анализировать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	Государственный экзамен Выпускная квалификационная работа
ОПК-4. Способен анализировать потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты	Государственный экзамен Выпускная квалификационная работа
ОПК-5. Способен для принятия профессиональных решений анализировать актуальные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	Государственный экзамен Выпускная квалификационная работа
ОПК-6 Способен отбирать и внедрять в процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии	Государственный экзамен
ОПК-7. Способен оценивать и прогнозировать возможные эффекты в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности	Государственный экзамен
<i>Дополнительные компетенции направления</i>	
ПК-1 Способен разрабатывать новые виды форматов медиапродукции,	Государственный экзамен

производить творческие пилотные проекты	Выпускная квалификационная работа
ПК-2 Способен проектировать организационные структуры медиакомпаний и применять их для создания медиакомпаний, отделов, структур и отдельных проектов	Государственный экзамен Выпускная квалификационная работа
ПК-3Способен разрабатывать маркетинговые стратегии, управлять вопросами создания, ценообразования, дистрибуции и продвижения медиапродуктов	Государственный экзамен Выпускная квалификационная работа

2. Программа государственного экзамена
Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение
высшего образования
«ФИНАНСОВЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ПРИ ПРАВИТЕЛЬСТВЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»
(Финансовый университет)

Ярославский филиал Финуниверситета

Кафедра «Государственное и муниципальное управление и
медиакоммуникации»

СОГЛАСОВАНО

Генеральный директор АО
«Городской телеканал»



С.Н. Гончаров

«10» июня 2022 г.

УТВЕРЖДЕНО

Директор Ярославского филиала
Финансового университета при
Правительстве Российской Федерации



В.А. Кваша

«21» июня 2022 г.

Авторы: И.В. Шустина, Т.Б. Кольшкіна

ПРОГРАММА ГОСУДАРСТВЕННОГО ЭКЗАМЕНА

для студентов, обучающихся по направлению подготовки
42.04.05 «Медиакоммуникации»,
направленность программы «Проектная деятельность в медиакоммуникациях»
(заочная форма обучения)

*Рекомендовано Ученым советом Ярославского филиала Финуниверситета
(протокол № 48 от 21.06.2022)*

*Одобрено кафедрой «Государственное и муниципальное управление и
медиакоммуникации» (протокол № 7 от 10.06.2022)*

Ярославль 2022

Содержание

1.	Перечень вопросов, выносимых на государственный экзамен. Перечень рекомендуемой литературы для подготовки к государственному экзамену	7
2.	Примеры практико-ориентированных заданий.....	18
3.	Рекомендации обучающимся по подготовке к государственному экзамену	23
4.	Критерии оценки результатов сдачи государственных экзаменов	23

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

1.1. Вопросы на основе содержания общепрофессиональных дисциплин направления подготовки

1. Социальная система, ее структура и свойства. Подходы к определению понятия общество
2. Информационная подсистема общества. Информационное взаимодействие.
3. Информационное поле. Информационное пространство.
4. Социальная информация, ее сущность и функции.
5. Социальная коммуникация: содержание понятия, типы, виды и формы.
6. Модели коммуникации: линейные, интерактивные, семиотические.
7. Типология барьеров (помех), возникающих в процессе коммуникации.
8. Массовая коммуникация как система: структура и функции. Модель мультишагового потока информации, диффузная теория, спираль умолчания.
9. Реклама в системе массовой коммуникации.
10. Паблик рилейшинз в системе массовой коммуникации.
11. Средства массовой информации. Структура системы СМИ. Социальные функции СМИ. Мотивы использования СМИ аудиторией.
12. Информационная составляющая системы СМИ: информационные агентства.
13. Феномен медиавоздействия. Социально-когнитивная теория, теория культивации, эффект прайминга, теория использования и удовлетворения, установление приоритетности новостей.
14. Типологические особенности и возможности охвата целевых аудиторий: телевидение.
15. Типологические особенности целевых аудиторий: радио.
16. Типологические особенности целевых аудиторий: печатные СМИ.
17. Типологические особенности и возможности охвата целевых аудиторий: интернет.
18. СМИ как медиа-политическая система. Описание медиасистемы России.
19. Социологическое исследование звеньев коммуникативного процесса.
20. Формы частного владения средствами массовой информации.
Регламентирующая деятельность государства
21. Рост корпоративного владения медиа и его последствия.
22. Современные медиа и политическая социализация, политические ценности и поведение
23. Проблема влияния экранного насилия на агрессивное поведение.
24. Непреднамеренные и преднамеренные эффекты массовой коммуникации.

25. Контент-анализа как качественно-количественный инструмент изучения содержания массмедиа

Перечень основной и дополнительной учебной литературы, нормативных актов, ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых при подготовке к государственному экзамену.

Основная литература:

1. Афанасьев, В. В. Методология и методы научного исследования : учебное пособие для вузов / В. В. Афанасьев, О. В. Грибкова, Л. И. Уколова. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 154 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-02890-4. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <http://biblio-online.ru/bcode/453479>

2. Бузин, В.Н. Медиапланирование. Теория и практика: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Реклама», «Маркетинг», «Психология», «Социология», «Журналистика» / В.Н. Бузин, Т.С. Бузина. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. - 495 с. - ISBN 978-5-238-01769-3. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1028523>

3. Вартанова, Е. Л. Основы медиабизнеса : учебник для студентов вузов / под ред. Е.Л. Вартановой. — Москва : Аспект Пресс, 2014. — 400 с. — (Учебник нового поколения). - ISBN 978-5-7567-0724-3. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1038942>

4. Виханский, О. С. Менеджмент : учебник / О. С. Виханский, А. И. Наумов. - 6-е изд., перераб. и доп. - Москва : Магистр : ИНФРА-М, 2021. - 656 с. - ISBN 978-5-9776-0320-1. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1192203>

5. Гавра, Д. П. Основы теории коммуникации : учебник для академического бакалавриата / Д. П. Гавра. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 231 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). (Юрайт. Электронный ресурс <https://biblio-online.ru>)

6. Гулевич, О. А. Психология массовой коммуникации: от газет до интернета : учебник для вузов / О. А. Гулевич. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 264 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12406-4. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <http://biblio-online.ru/bcode/457242>

7. Емельянова, И. Н. Основы научной деятельности студента. Магистерская диссертация : учебное пособие для вузов / И. Н. Емельянова. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 115 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-09444-2. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <http://biblio-online.ru/bcode/455367>

8. Ерофеева, И. В. Психология медиатекста : учебник и практикум для вузов / И. В. Ерофеева. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 206 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12958-8. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <http://biblio-online.ru/bcode/448642>

9. Зельдович, Б. З. Медиаменеджмент : учебник для вузов / Б. З. Зельдович. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 293 с. —

(Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11729-5. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <http://biblio-online.ru/bcode/457060>

10. Иваницкий, В. Л. Основы бизнес-моделирования СМИ : учебное пособие для вузов / В. Л. Иваницкий. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 239 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08351-4. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <http://biblio-online.ru/bcode/451640>

11. Карасев, А. П. Маркетинговые исследования и ситуационный анализ : учебник и практикум для вузов / А. П. Карасев. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 315 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-05189-6. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <http://biblio-online.ru/bcode/450531>

12. Касьянов, В. В. Социология массовой коммуникации : учебник для вузов / В. В. Касьянов. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 221 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-09602-6. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <http://biblio-online.ru/bcode/453915>

13. Колышкина, Т. Б. Анализ рекламного текста : учебное пособие для вузов / Т. Б. Колышкина, Е. В. Маркова, И. В. Шустина. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 305 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14014-9. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <http://biblio-online.ru/bcode/467471>

14. Колышкина, Т. Б. Проектирование и оценка рекламного образа : учебное пособие для вузов / Т. Б. Колышкина, Е. В. Маркова, И. В. Шустина. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 262 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-10041-9. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <http://biblio-online.ru/bcode/429158>

15. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности : учебник и практикум для академического бакалавриата / С. В. Карпова [и др.] ; под общей редакцией С. В. Карповой, С. В. Мхитарян. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 404 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-9070-6. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <http://biblio-online.ru/bcode/433737>

16. Маркетинг : учебник и практикум для вузов / Л. А. Данченко [и др.] ; под редакцией Л. А. Данченко. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 486 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-01560-7. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <http://biblio-online.ru/bcode/450037>

17. Маркетинговые исследования: теория и практика : учебник для прикладного бакалавриата / С. П. Азарова [и др.] ; под общей редакцией О. Н. Жильцовой. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 314 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-3285-0. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <http://biblio-online.ru/bcode/425984>

18. Медиасистема России : учебник / Е. Л. Вартанова, А. В. Вырковский, А. В. Вырковский [и др.] ; под ред. Е.Л. Вартановой. - 2-е изд., испр. и доп. - Москва : Издательство «Аспект Пресс», 2021. - 424 с. - ISBN 978-5-7567-1103-5. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1241353>

19. Основы теории коммуникации : учебник и практикум для вузов / Т. Д. Венедиктова [и др.] ; под редакцией Т. Д. Венедиктовой, Д. Б. Гудкова. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 193 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00242-3. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <http://biblio-online.ru/bcode/450965>

20. Руденко, А. М. Психология массовых коммуникаций : учебник / А. М. Руденко, А. В. Литвинова ; под ред. А. М. Руденко. — Москва : РИОР : ИНФРА-М, 2020. — 303 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). - ISBN 978-5-369-01663-3. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1048186>

21. Сачук, Т. В. Территориальный маркетинг: теория и практика : учебник / Т.В. Сачук. — Москва : ИНФРА-М, 2019. — 583 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — www.dx.doi.org/10.12737/24423. - ISBN 978-5-16-012156-7. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1031499>

22. Федотова, Л. Н. Социология массовых коммуникаций. Теория и практика : учебник для бакалавров / Л. Н. Федотова. — 5-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 603 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-3195-2. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <http://biblio-online.ru/bcode/425831>

23. Хренов, Н. А. Теория аудитории медиа: публика в истории культуры : учебное пособие для вузов / Н. А. Хренов. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 411 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14223-5. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <http://biblio-online.ru/bcode/468080>

24. Яковлев, Г. А. Коммерция в средствах массовой информации : учебное пособие / Г. А. Яковлев. — Москва : ИНФРА-М, 2021. — 143 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). - ISBN 978-5-16-013505-2. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1222614>

Дополнительная литература

1. Алексеева, М. И. Средства массовой информации России : учеб. пособие для студентов вузов / М.И. Алексеева [и др.] ; под ред. Я.Н. Засурского. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Аспект Пресс, 2011. — 391 с. - ISBN 978-5-7567-0594-2. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1038966>

2. Беляевский, И. К. Маркетинговое исследование: информация, анализ, прогноз : учебное пособие / И. К. Беляевский. - 2-е изд., перераб. и доп. - Москва : КУРС : ИНФРА-М, 2020. - 392 с. - ISBN 978-5-905554-08-7. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1054208>

3. Богомолова, Н.Н. Социальная психология массовой коммуникации : учеб. пособие для студентов вузов / Н.Н. Богомолова. — Москва : Аспект Пресс, 2010. — 191 с. - ISBN 978-5-7567-0513-3. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1039495>

4. Годин, А. М. Брендинг: Учебное пособие / Годин А.М., - 3-е изд., перераб. и доп. - Москва : Дашков и К, 2016. - 184 с. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/329358>

5. Демина, Л. А. Теория и практика аргументации : учебное пособие / Л. А. Демина. — Москва : Норма : ИНФРА-М, 2020. — 272 с. - ISBN 978-5-91768-529-8. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1055180>
6. Домнин, В. Н. Брендинг : учебник и практикум для вузов / В. Н. Домнин. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 493 с. — (Высшее образование). — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <http://biblio-online.ru/bcode/466112>
7. Зелинский, С. А. Манипулирование личностью и массами. Манипулятивные технологии власти при атаке на подсознание индивида и масс : монография / С. А. Зелинский. - 2-е изд. - Санкт-Петербург : Издательско-Торговый Дом «СКИФИЯ», 2018. - 240 с. - ISBN 978-5-903463-16-9. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1095195>
8. Ирхин, Ю. В. Политическая культура в 2 ч. Часть 1. Запад и Россия : учебное пособие для вузов / Ю. В. Ирхин. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 316 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08493-1. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <http://biblio-online.ru/bcode/452077>
9. Ирхин, Ю. В. Политическая культура в 2 ч. Часть 2. Страны Востока : учебное пособие для вузов / Ю. В. Ирхин. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 249 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08495-5. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <http://biblio-online.ru/bcode/453820>
10. Лебон, Г. Психология масс / Г. Лебон ; переводчик Э. К. Пименова, А. Фридман. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 264 с. — (Антология мысли). — ISBN 978-5-534-09319-3. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <http://biblio-online.ru/bcode/456133>
11. Мокий, М. С. Методология научных исследований : учебник для вузов / М. С. Мокий, А. Л. Никифоров, В. С. Мокий ; под редакцией М. С. Мокия. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 254 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13313-4. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <http://biblio-online.ru/bcode/457487>
12. Мясоедов, С. П. Кросс-культурный менеджмент : учебник для вузов / С. П. Мясоедов, Л. Г. Борисова. — 3-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 314 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-02314-5. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <http://biblio-online.ru/bcode/450156>
13. Позднякова, Е. А. Авторское право : учебник и практикум для вузов / Е. А. Позднякова. — 3-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 238 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13638-8. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <http://biblio-online.ru/bcode/466156>
14. Селезнева, Л. В. Подготовка рекламного и PR-текста : учебное пособие для вузов / Л. В. Селезнева. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 159 с. — (Высшее образование). // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <http://biblio-online.ru/bcode/453912>

15. Синяева, И. М. Реклама и связи с общественностью : учебник для бакалавров / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, Д. А. Жильцов. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 552 с. — (Бакалавр. Академический курс). // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <http://biblio-online.ru/bcode/466182>

16. Федотова, Л. Н. Реклама: теория и практика : учебник для вузов / Л. Н. Федотова. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 391 с. — (Высшее образование). // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <http://biblio-online.ru/bcode/450406>

17. Шарков, Ф. И. Коммуникология: основы теории коммуникации : учебник для бакалавров / Ф. И. Шарков. — 5-е изд., стер. — Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2020. - 488 с. - ISBN 978-5-394-03544-9. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1093511>

Нормативные акты:

1. Конституция Российской Федерации (принята всенародным голосованием 12.12.1993 с изменениями, одобренными в ходе общероссийского голосования 01.07.2020).

2. О средствах массовой информации: Закон РФ от 27.12.1991 N 2124-1.

3. О противодействии экстремистской деятельности: Закон РФ от 25 июля 2002 года № 114-ФЗ;

4. О рекламе: Закон РФ № 18-ФЗ от 22.02.2006.

5. О защите прав потребителей от недобросовестной рекламы: Указ Президента РФ от 10 июня 1994 г. № 1183.

6. О защите прав потребителей: Закон РФ в ред. 1996 г.

7. Порядок рассмотрения дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе: Зарегистрирован в Министерстве юстиции РФ 21 ноября 1995 г. Регистрационный № 985.

8. Международный кодекс рекламной практики – Париж: SOVERO (Международная торговая палата), 1987 г.

9. Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях от 30.12.2001 N 195-ФЗ.

1.2. Вопросы на основе содержания дисциплин направленности программы магистратуры

1. Медиапланирование в коммуникативной деятельности: содержание понятия, цели, этапы.

2. Влияние маркетинговых характеристик товара/услуги на процесс медиапланирования.

3. Анализ целевой аудитории в процессе медиапланирования. Ее основные характеристики и принципы сегментирования.

4. Основные эффекты рекламной коммуникации.

5. Стратегия и тактика использования средств рекламы: выбор СМИ на основе целей коммуникации (формирование осведомленности).

6. Стратегия и тактика использования средств рекламы: выбор СМИ на основе целей коммуникации (формирование отношения).
7. Параметры медиапланирования, характеризующие СМИ с точки зрения восприятия его аудиторией.
8. Производные показатели медиапланирования, характеризующие информационную кампанию.
9. Параметры медиапланирования, характеризующие кампанию с точки зрения интенсивности информационного воздействия.
10. Понятие минимально эффективной частоты контакта (МЭЧ). Формула расчета МЭЧ.
11. Стратегия использования СМИ: выбор схем охвата для новых товаров.
12. Стратегия использования СМИ: выбор схем охвата для существующих товаров. Модели рекламных кампаний
13. Медиаплан и его структура. Принципы оптимизации медиаплана
14. Медиаисследования: содержание понятия, объект и предмет. Классификация медиаисследований.
15. Выборка в медиаисследованиях. Принципы обеспечения репрезентативности данных
16. Технологии проведения количественных медиаисследований.
17. Технологии проведения качественных медиаисследований
18. Специфика планирования размещения информационных материалов в различных СМИ, медиабаинг (Пресса)
19. Специфика планирования размещения информационных материалов в различных СМИ, медиабаинг (Интернет).
20. Специфика планирования размещения информационных материалов в различных СМИ, медиабаинг (Радио)
21. Специфика планирования размещения информационных материалов в различных СМИ, медиабаинг (Телевидение).
22. Оценка эффективности медиаплана (предварительное тестирование, параллельное тестирование, тестирование постфактум).
23. Кроскультурные аспекты в современной медиакommunikации
24. Жанровые разновидности медиатетстов, их композиционные и языковые особенности
25. Основные принципы взаимодействия PR-отдела со СМИ/

Перечень основной и дополнительной учебной литературы, нормативных актов, ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых при подготовке к государственному экзамену.

Основная литература:

25. Афанасьев, В. В. Методология и методы научного исследования : учебное пособие для вузов / В. В. Афанасьев, О. В. Грибкова, Л. И. Уколова. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 154 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-02890-4. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <http://biblio-online.ru/bcode/453479>

26. Бузин, В.Н. Медиапланирование. Теория и практика: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Реклама», «Маркетинг», «Психология», «Социология», «Журналистика» / В.Н. Бузин, Т.С. Бузина. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. - 495 с. - ISBN 978-5-238-01769-3. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1028523>
27. Вартанова, Е. Л. Основы медиабизнеса : учебник для студентов вузов / под ред. Е.Л. Вартановой. — Москва : Аспект Пресс, 2014. — 400 с. — (Учебник нового поколения). - ISBN 978-5-7567-0724-3. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1038942>
28. Виханский, О. С. Менеджмент : учебник / О. С. Виханский, А. И. Наумов. - 6-е изд., перераб. и доп. - Москва : Магистр : ИНФРА-М, 2021. - 656 с. - ISBN 978-5-9776-0320-1. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1192203>
29. Гавра, Д. П. Основы теории коммуникации : учебник для академического бакалавриата / Д. П. Гавра. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 231 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). (Юрайт. Электронный ресурс <https://biblio-online.ru>)
30. Гулевич, О. А. Психология массовой коммуникации: от газет до интернета : учебник для вузов / О. А. Гулевич. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 264 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12406-4. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <http://biblio-online.ru/bcode/457242>
31. Емельянова, И. Н. Основы научной деятельности студента. Магистерская диссертация : учебное пособие для вузов / И. Н. Емельянова. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 115 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-09444-2. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <http://biblio-online.ru/bcode/455367>
32. Ерофеева, И. В. Психология медиатекста : учебник и практикум для вузов / И. В. Ерофеева. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 206 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12958-8. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <http://biblio-online.ru/bcode/448642>
33. Зельдович, Б. З. Медиаменеджмент : учебник для вузов / Б. З. Зельдович. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 293 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11729-5. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <http://biblio-online.ru/bcode/457060>
34. Иваницкий, В. Л. Основы бизнес-моделирования СМИ : учебное пособие для вузов / В. Л. Иваницкий. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 239 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08351-4. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <http://biblio-online.ru/bcode/451640>
35. Карасев, А. П. Маркетинговые исследования и ситуационный анализ : учебник и практикум для вузов / А. П. Карасев. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 315 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-05189-6. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <http://biblio-online.ru/bcode/450531>

36. Касьянов, В. В. Социология массовой коммуникации : учебник для вузов / В. В. Касьянов. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 221 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-09602-6. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <http://biblio-online.ru/bcode/453915>
37. Колышкина, Т. Б. Анализ рекламного текста : учебное пособие для вузов / Т. Б. Колышкина, Е. В. Маркова, И. В. Шустина. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 305 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14014-9. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <http://biblio-online.ru/bcode/467471>
38. Колышкина, Т. Б. Проектирование и оценка рекламного образа : учебное пособие для вузов / Т. Б. Колышкина, Е. В. Маркова, И. В. Шустина. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 262 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-10041-9. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <http://biblio-online.ru/bcode/429158>
39. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности : учебник и практикум для академического бакалавриата / С. В. Карпова [и др.] ; под общей редакцией С. В. Карповой, С. В. Мхитарян. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 404 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-9070-6. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <http://biblio-online.ru/bcode/433737>
40. Маркетинг : учебник и практикум для вузов / Л. А. Данченко [и др.] ; под редакцией Л. А. Данченко. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 486 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-01560-7. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <http://biblio-online.ru/bcode/450037>
41. Маркетинговые исследования: теория и практика : учебник для прикладного бакалавриата / С. П. Азарова [и др.] ; под общей редакцией О. Н. Жильцовой. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 314 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-3285-0. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <http://biblio-online.ru/bcode/425984>
42. Медиасистема России : учебник / Е. Л. Вартанова, А. В. Вырковский, А. В. Вырковский [и др.] ; под ред. Е.Л. Вартановой. - 2-е изд., испр. и доп. - Москва : Издательство «Аспект Пресс», 2021. - 424 с. - ISBN 978-5-7567-1103-5. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1241353>
43. Основы теории коммуникации : учебник и практикум для вузов / Т. Д. Венедиктова [и др.] ; под редакцией Т. Д. Венедиктовой, Д. Б. Гудкова. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 193 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00242-3. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <http://biblio-online.ru/bcode/450965>
44. Руденко, А. М. Психология массовых коммуникаций : учебник / А. М. Руденко, А. В. Литвинова ; под ред. А. М. Руденко. — Москва : РИОР : ИНФРА-М, 2020. — 303 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). - ISBN 978-5-369-01663-3. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1048186>
45. Сачук, Т. В. Территориальный маркетинг: теория и практика : учебник / Т.В. Сачук. — Москва : ИНФРА-М, 2019. — 583 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — www.dx.doi.org/10.12737/24423. - ISBN 978-5-16-012156-7. - Текст

: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1031499>

46. Федотова, Л. Н. Социология массовых коммуникаций. Теория и практика : учебник для бакалавров / Л. Н. Федотова. — 5-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 603 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-3195-2. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <http://biblio-online.ru/bcode/425831>

47. Хренов, Н. А. Теория аудитории медиа: публика в истории культуры : учебное пособие для вузов / Н. А. Хренов. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 411 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14223-5. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <http://biblio-online.ru/bcode/468080>

48. Яковлев, Г. А. Коммерция в средствах массовой информации : учебное пособие / Г. А. Яковлев. — Москва : ИНФРА-М, 2021. — 143 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). - ISBN 978-5-16-013505-2. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1222614>

Дополнительная литература

18. Алексеева, М. И. Средства массовой информации России : учеб. пособие для студентов вузов / М.И. Алексеева [и др.] ; под ред. Я.Н. Засурского. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Аспект Пресс, 2011. — 391 с. - ISBN 978-5-7567-0594-2. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1038966>

19. Беляевский, И. К. Маркетинговое исследование: информация, анализ, прогноз : учебное пособие / И. К. Беляевский. - 2-е изд., перераб. и доп. - Москва : КУРС : ИНФРА-М, 2020. - 392 с. - ISBN 978-5-905554-08-7. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1054208>

20. Богомолова, Н.Н. Социальная психология массовой коммуникации : учеб. пособие для студентов вузов / Н.Н. Богомолова. — Москва : Аспект Пресс, 2010. — 191 с. - ISBN 978-5-7567-0513-3. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1039495>

21. Годин, А. М. Брендинг: Учебное пособие / Годин А.М., - 3-е изд., перераб. и доп. - Москва : Дашков и К, 2016. - 184 с. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/329358>

22. Демина, Л. А. Теория и практика аргументации : учебное пособие / Л. А. Демина. — Москва : Норма : ИНФРА-М, 2020. — 272 с. - ISBN 978-5-91768-529-8. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1055180>

23. Домнин, В. Н. Брендинг : учебник и практикум для вузов / В. Н. Домнин. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 493 с. — (Высшее образование). — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <http://biblio-online.ru/bcode/466112>

24. Зелинский, С. А. Манипулирование личностью и массами. Манипулятивные технологии власти при атаке на подсознание индивида и масс : монография / С. А. Зелинский. - 2-е изд. - Санкт-Петербург : Издательско-Торговый Дом «СКИФИЯ», 2018. - 240 с. - ISBN 978-5-903463-16-9. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1095195>

25. Ирхин, Ю. В. Политическая культура в 2 ч. Часть 1. Запад и Россия : учебное пособие для вузов / Ю. В. Ирхин. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 316 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08493-1. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <http://biblio-online.ru/bcode/452077>
26. Ирхин, Ю. В. Политическая культура в 2 ч. Часть 2. Страны Востока : учебное пособие для вузов / Ю. В. Ирхин. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 249 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08495-5. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <http://biblio-online.ru/bcode/453820>
27. Лебон, Г. Психология масс / Г. Лебон ; переводчик Э. К. Пименова, А. Фридман. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 264 с. — (Антология мысли). — ISBN 978-5-534-09319-3. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <http://biblio-online.ru/bcode/456133>
28. Мокий, М. С. Методология научных исследований : учебник для вузов / М. С. Мокий, А. Л. Никифоров, В. С. Мокий ; под редакцией М. С. Мокия. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 254 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13313-4. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <http://biblio-online.ru/bcode/457487>
29. Мясоедов, С. П. Кросс-культурный менеджмент : учебник для вузов / С. П. Мясоедов, Л. Г. Борисова. — 3-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 314 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-02314-5. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <http://biblio-online.ru/bcode/450156>
30. Позднякова, Е. А. Авторское право : учебник и практикум для вузов / Е. А. Позднякова. — 3-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 238 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13638-8. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <http://biblio-online.ru/bcode/466156>
31. Селезнева, Л. В. Подготовка рекламного и PR-текста : учебное пособие для вузов / Л. В. Селезнева. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 159 с. — (Высшее образование). // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <http://biblio-online.ru/bcode/453912>
32. Синяева, И. М. Реклама и связи с общественностью : учебник для бакалавров / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, Д. А. Жильцов. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 552 с. — (Бакалавр. Академический курс). // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <http://biblio-online.ru/bcode/466182>
33. Федотова, Л. Н. Реклама: теория и практика : учебник для вузов / Л. Н. Федотова. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 391 с. — (Высшее образование). // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <http://biblio-online.ru/bcode/450406>
34. Шарков, Ф. И. Коммуникология: основы теории коммуникации : учебник для бакалавров / Ф. И. Шарков. — 5-е изд., стер. — Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2020. - 488 с. - ISBN 978-5-394-03544-9. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1093511>

Нормативные акты:

1. Конституция Российской Федерации (принята всенародным голосованием 12.12.1993 с изменениями, одобренными в ходе общероссийского голосования 01.07.2020).
2. О средствах массовой информации: Закон РФ от 27.12.1991 N 2124-1.
3. О противодействии экстремистской деятельности: Закон РФ от 25 июля 2002 года № 114-ФЗ;
4. О рекламе: Закон РФ № 18-ФЗ от 22.02.2006.
5. О защите прав потребителей от недобросовестной рекламы: Указ Президента РФ от 10 июня 1994 г. № 1183.
6. О защите прав потребителей: Закон РФ в ред. 1996 г.
7. Порядок рассмотрения дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе: Зарегистрирован в Министерстве юстиции РФ 21 ноября 1995 г. Регистрационный № 985.
8. Международный кодекс рекламной практики – Париж: SOVERO (Международная торговая палата), 1987 г.
9. Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях от 30.12.2001 N 195-ФЗ.

Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

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

2. Примеры практико-ориентированных заданий

Задание 1

ООО «Реклама» разработало программу для ЭВМ и заключает с заказчиками договоры, предметом которых является оказание заказчикам услуг по предоставлению прав использования этой программы для ЭВМ, ее доработке, тестированию и сопровождению в целях размещения рекламы заказчиков в социальных сетях.

Часть договоров, заключаемых с заказчиками, предусматривает оказание дополнительных услуг: управление рекламными кампаниями и создание рекламных материалов. Однако в договорах цена оказания таких дополнительных услуг отдельно не выделяется, а входит в стоимость услуг по предоставлению прав

использования разработанной программы для ЭВМ, ее доработке, тестированию и сопровождению.

При этом организация не заключает лицензионных договоров о предоставлении права использования программы для ЭВМ или договоров купли-продажи экземпляров программы для ЭВМ.

Учитываются ли доходы, получаемые организацией по указанным договорам с заказчиками, в доле доходов от осуществления деятельности в области информационных технологий для применения пониженных тарифов страховых взносов?

Задание 2

Деятельность организации по производству медиапродукта в предыдущем и отчетном годах характеризовалась следующими показателями:

№ п/п	Показатель	Годы		Отклонение	
		Предыдущий, млн. руб.	Отчетный, млн. руб.	Абсолютное, млн. руб.	Относительное, в %
1	2	3	4	5	6
1	Выручка от основной деятельности	300	400	?	?
2	Себестоимость продаж	130	150	?	?
3	Валовая прибыль	170	?	?	?
4	Коммерческие расходы	50	70	?	?
5	Управленческие расходы	30	50	?	?
6	Прочие доходы	80	100	?	?
7	Прочие расходы	30	30	?	?
8	Прибыль до налогообложения	140	?	?	?
9	Налог на прибыль организаций (ставка 20%)	28	?	?	?
10	Чистая прибыль	112	?	?	?
11	Рентабельность, в %	?	?	?	?

Рассчитайте недостающие показатели (заполните таблицу в полном объеме), а также значение показателя общей рентабельности деятельности организации.

На основе анализа динамики приведенных и рассчитанных показателей, охарактеризуйте изменения отдельных аспектов финансово-хозяйственной деятельности организации, при условии, что официальный уровень инфляции в отчетном году составил 10%.

Сделайте общий вывод об изменении ситуации в финансово-хозяйственной деятельности организации за отчетный год.

Задание 3

При исследовании стереотипов обыденного сознания в области восприятия образов мужчины и женщины в СМИ использовались 34 шкалы и 10 объектов. Метод сбора данных – семантический дифференциал. Методы обработки данных – факторный анализ, построение семантического пространства. Было опрошено 50 человек.

В результате проведения факторного анализа полученных данных удалось выделить 5 факторов, объясняющих, соответственно, 52, 20, 11, 8 и 5 % общей дисперсии.

Первый биполярный фактор (52 % общей дисперсии) включает следующие качества:

- с чувством юмора (0,60871);
- находчивый (0,583006);
- умный (0,538693);
- уверенный в себе (0,520628);
- упитанный (-0,95841);
- ленивый (-0,8593);
- неуклюжий (-0,81898);
- грубый (-0,77336);
- эгоистичный (-0,55727);
- инфантильный (-0,5074);

Второй биполярный фактор (20 % общей дисперсии) включает следующие качества:

- смешной (0,948437);
- честолюбивый (0,947174);
- властный (0,82852);
- целеустремленный (0,825209);
- сильный (0,786723);
- активный (0,709638);
- находчивый (0,6953);
- уверенный в себе (0,693585);
- с чувством юмора (0,619352);
- радостный (0,590892);

Третий биполярный фактор (11 % общей дисперсии) включает следующие качества:

- любопытный (0,946629);
- хозяйственный (0,919811);

- навязчивый (0,698261);

Четвертый биполярный фактор (8 % общей дисперсии) включает следующие качества:

- женственный (0,901463);
- сексуальный (0,872418);
- спокойный (0,867538);
- мягкий (0,844753);
- скромный (0,820349);
- привлекательный (0,760333);
- красивый (0,742374);
- радостный (0,705607);
- естественный (0,646876);
- отзывчивый (0,588854);
- умный (0,551893);
- добрый (0,527936);

Пятый биполярный фактор (5 % общей дисперсии) включает следующие качества:

- добрый (0,64318);
- отзывчивый (0,642664);
- заботливый (0,607972);
- щедрый (0,507767);
- беззаботный (-0,81065);
- инфантильный (-0,76141);
- зависимый (-0,74341);
- эгоистичный (-0,61711);

Вопросы:

1. Какие названия вы дадите каждому фактору?
2. Каким образом можно использовать в профессиональной деятельности полученные результаты с учетом процента объясняемой дисперсии?

Задание 4.

В телевизионной рекламе газированной воды героиня рекламного ролика – девочка 13–15 лет – разбивает витрину магазина, чтобы достать заветную банку напитка и спастись от мучившей ее жажды. Соответствует ли закону содержание данной рекламы? Какая ответственность предусмотрена законом в случае нарушения законодательства о рекламе? Какие органы и в каком порядке привлекают правонарушителя к ответственности? Кто должен понести ответственность в данной ситуации? Каковы ограничения на использование в рекламе образов несовершеннолетних? (См. Федеральный закон от 13 марта 2006 г.

№ 38-ФЗ «О рекламе», Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях, Постановление Правительства Российской Федерации от 17 августа 2006 г. № 508 «Об утверждении правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе».)

Задание 5

ВЫСТАВКА

Валентин Серов

Из собрания «Русского музея»

03 декабря 2020 г. – 9 марта 2021 г.

Губернаторский дом

Волжская набережная, 23

Впервые в Ярославле представлены более 50 произведений выдающегося отечественного художника Валентина Серова. На выставке из собрания Государственного Русского музея отражены творческие поиски мастера на протяжении 30 лет.

При всем многообразии тем, в которых ярко проявился талант Валентина Серова, портретный жанр принес ему славу и репутацию автора острых характеристик и зоркого аналитика. Графические портреты Саввы Мамонтова, Валентины Серовой (матери художника), Льва Бакста, Ильи Репина, Анны Бенуа (жены Александра Бенуа), представленные на выставке, в полной мере демонстрируют умение Серова передать суть личности несколькими движениями кисти, пера, карандаша.

Особое место в жизни занимает детский портрет. Он писал их вдохновенно, с особенной теплотой. Это было для художника своего рода прикосновением к «отрадному» миру.

К изображению природы художник обращался исключительно по зову сердца. Там, где ему было хорошо. Эстетика модерна нашла свое отражение на выставке в театральных работах и произведениях, вдохновленных античностью. Виртуозное мастерство Серова-рисовальщика и незаурядный талант анималиста в полной мере раскрылись в цикле работ, посвященных басням И.А. Крылова. Серов с удовольствием включал животных в свои произведения, уделяя им не меньше внимания, чем прочим героям.

Отдельный раздел экспозиции занимает видеоарт. Он посвящен судьбе собаки по кличке Гюгюс, владельцем которой был князь Феликс Юсупов. Его портрет Валентин Серов создал в 1903 году, и небольшого пса считал своей лучшей моделью. Взяв за основу рисунок к работе, который хранится в собрании Ярославского художественного музея, а также личные дневники Юсупова, современный художник Александр Красулин представляет многометровую проекцию.

Задания

1. Определите жанровую разновидность представленного текста. Свой ответ обоснуйте.
2. Дайте характеристику целевой аудитории текста
3. Дайте характеристику языковых и стилистических особенностей данного текста.
4. Какие медийные средства вы предложите в поддержку этого объявления (информация на сайте музея)
5. Как изменится стилистика текста в зависимости от выбранных вами медиа

3. Рекомендации обучающимся по подготовке к государственному экзамену

Подготовку к сдаче государственного экзамена необходимо начинать с ознакомления с перечнем вопросов, выносимых на государственный экзамен.

При подготовке к экзамену следует пользоваться источниками основной и дополнительной литературы, а также конспектами лекций, которые вы составляли.

В процессе подготовки к экзамену рекомендуется помимо лекционного материала, рекомендованных источников основной и дополнительной литературы обратить внимание на выполненные в процессе обучения письменные работы.

При подготовке целесообразно делать краткий конспект ответа на вопросы государственного экзамена, отмечая изменения, которые произошли в законодательстве, увязывать теоретические проблемы с современной практикой и опытом, полученным в ходе прохождения практик.

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

Ответы на вопросы экзаменационного билета студент должен давать в логической последовательности, привязывая к социально-экономической ситуации в стране. Ответы на экзаменационные вопросы следует сопровождать практическими примерами. При этом студенту необходимо высказать свою точку зрения по излагаемым вопросам.

4. Критерии оценки результатов сдачи государственных экзаменов

Критерии оценки знаний выпускников в ходе ответов на теоретические вопросы:

«Отлично» (5 баллов) за ответ на теоретический вопрос экзаменационном 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.

«Хорошо» (4 балла) 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.

«Неудовлетворительно» (2 балла) выставляется в случае, если материал излагается непоследовательно, не аргументировано, бессистемно. Ответы на вопросы выявили несоответствие уровня знаний выпускника требованиям ФРОС ВО/ОС ВО ФУ в части формируемых компетенций, а также дополнительным компетенциям, установленным вузом.

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

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

«Хорошо» (4 балла) - количество баллов снижается, если комплексное профессионально-ориентированное задание выполнено, но допускаются неточности в обосновании и результатов;

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

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

Перед процедурой обсуждения ответов экзаменуемых каждый член государственной экзаменационной комиссии выставляет свою персональную оценку для каждого студента, используя сумму баллов полученную после заполнения листа оценки студента.

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

**3. Методические рекомендации по подготовке и защите выпускной квалификационной работы по программе магистратуры
Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение
высшего образования
«ФИНАНСОВЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ПРИ ПРАВИТЕЛЬСТВЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»
(Финансовый университет)**

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

СОГЛАСОВАНО
Генеральный директор АО
«Городской телеканал»



С.Н. Гончаров

«10» июня 2022 г.

УТВЕРЖДЕНО
Директор Ярославского филиала
Финансового университета при
Правительстве Российской Федерации



В.А. Кваша

«21» июня 2022 г.

Авторы: И.В. Шустина, Т.Б. Кольшкіна

МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ
по подготовке и защите выпускной квалификационной работы
по программе магистратуры
для студентов, обучающихся по направлению 42.04.05 «Медиакоммуникации»,
магистерская программа «Проектная деятельность в медиакоммуникациях»
(заочная форма обучения)

*Рекомендовано Ученым советом Ярославского филиала Финуниверситета
(протокол № 48 от 21.06.2022)*

*Одобрено кафедрой «Государственное и муниципальное управление и
медиакоммуникации» (протокол № 7 от 10.06.2022)*

Ярославль 2022

СОДЕРЖАНИЕ

1. Общие положения	27
2. Определение темы выпускной квалификационной работы.....	27
3. Руководство и контроль подготовки ВКР.....	31
4. Структура и содержание ВКР	33
5. Порядок подготовки ВКР	33
6. Требования к оформлению ВКР	34
7. Правила подготовка к защите ВКР.....	43
8. Критерии оценки ВКР.....	47
Приложения.....	49

1. Общие положения

1.1. Наименование образовательной программы, включая профиль: 42.04.05 «Медиакоммуникации», магистерская программа «Проектная деятельность в медиакоммуникациях» (заочная форма обучения).

1.2. Перечень планируемых результатов обучения при подготовке и защите выпускной квалификационной работы, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы.

В результате освоения образовательной программы по направлению подготовки 42.04.05 «Медиакоммуникации», магистерская программа «Проектная деятельность в медиакоммуникациях» (заочная форма обучения) выпускник должен обладать следующими компетенциями, сформированность которых оценивается в ходе защиты выпускной квалификационной работы:

Таблица 1 - Структура планируемых результатов обучения

Код компетенции	Наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Результаты обучения (владения, умения и знания), соотнесённые с компетенциями/индикаторами достижения компетенции
Общепрофессиональные компетенции			
ОПК-2	Способен анализировать основные тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	1. Выявляет причинно-следственные связи в проблемах взаимодействия общественных и государственных институтов	<i>Знает:</i> структуру, основные социальные и политические институты и процессы, характеризующие современное общество <i>Умеет:</i> анализировать социально-политические процессы и ситуации, выявлять причинно-следственные связи
		2. Соблюдает принцип беспристрастности и баланс интересов в создаваемых медиапроектах и (или) медиапродуктах при освещении деятельности общественных и государственных институтов	<i>Знает:</i> принципы, правила и технологии взаимодействия с общественными и государственными институтами <i>Умеет:</i> разрабатывать коммуникационные проекты и продукты с учетом беспристрастного освещения деятельности общественных и государственных институтов
ОПК-3	Способен анализировать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	1. Знает этапы и тенденции развития отечественного и мирового культурного процесса	<i>Знает:</i> этапы развития общества и мирового культурного процесса <i>Умеет:</i> анализировать и интерпретировать культурные феномены с учетом социально-экономического контекста
		2. Демонстрирует разноплановую эрудицию в сфере отечественной и мировой культуры в создаваемых медиапроектах и (или) медиапродуктах	<i>Знает:</i> особенности взаимодействия культур с различными формами общественного сознания <i>Умеет:</i> создавать продукт профессиональной деятельности с использованием достижений отечественной и мировой культуры
ОПК-4.	Способен анализировать потребности	1. Интерпретирует данные социологических исследований о	<i>Знает:</i> характер современных социальных практик. <i>Умеет:</i> интерпретировать полученные в

	общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты	<p>потребностях общества и интересах отдельных аудиторных групп</p> <p>2. Прогнозирует потенциальную реакцию целевой аудитории на создаваемые медиапроекты и (или) медиапродукты</p>	<p>ходе социологического исследования данные для оптимальной разработки медиапродукта</p> <p><i>Знает:</i> способы воздействия на целевую аудиторию <i>Умеет:</i> прогнозировать реакцию целевой аудитории на коммуникационный продукт</p>
ОПК-5.	Способен для принятия профессиональных решений анализировать актуальные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	1. Выявляет особенности политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях	<p><i>Знает:</i> знает основные тенденции развития отрасли с учетом социальных, политических, экономических условий и правовых норм. <i>Умеет:</i> осуществлять профессиональную деятельность с учетом социальных, политических, экономических условий и правовых норм</p>
		2. Моделирует индивидуальные и коллективные профессиональные действия в области медиакоммуникаций в зависимости от условий конкретной медиакоммуникационной системы	<p><i>Знает:</i> специфику и тенденции развития медиакоммуникационных систем разного уровня <i>Умеет:</i> осуществлять сбор, анализ и интерпретацию информации для принятия индивидуальных и групповых решений в зависимости от конкретной медиакоммуникационной системы</p>
Дополнительные компетенции направления			
ПК-1.	Способен разрабатывать новые виды форматов медиапродукции, производить творческие пилотные проекты	1. Проводит маркетинговый анализ контента и аудитории с целью выявления свободных ниш и неудовлетворенных потребностей.	<p><i>Знает:</i> направления исследования медиарынка <i>Умеет:</i> осуществлять выбор методов, релевантный цели и задачам исследования</p>
		2. Определяет бюджеты разработки новых медиаформатов и пилотных медиапроектов, а также возможные источники их финансирования	<p><i>Знает:</i> теоретические и методические основы планирования бюджета <i>Умеет:</i> основные методики экономического анализа и аудита</p>
		3. Формирует авторский коллектив разработчиков новых медиаформатов и творческих пилотных проектов	<p><i>Знает:</i> методы разработки и реализации организационно-управленческих решений при работе с коллективом <i>Умеет:</i> осуществлять управление персоналом в группе и организации при работе над пилотным проектом</p>
		4. Руководит процессом создания нового	<p><i>Знает:</i> основные этапы разработки и создания медиапродукта</p>

		медиаформата или творческого пилотного медиапроекта	<i>Умеет:</i> осуществлять руководство разработкой медиапродукта с учетом формата размещения, при необходимости трансформировать существующий медиаформат
		5. Определяет потенциальные площадки размещения и каналы распространения новых медиаформатов и творческих пилотных проектов	<i>Знает:</i> особенности влияния определенного канала коммуникации на ту или иную аудиторию. <i>Умеет:</i> пользоваться технологическими навыками для организации передачи сообщения по определенному коммуникативному каналу.
		6. Организует презентацию новых медиаформатов и творческих пилотных проектов для заинтересованных сторон, а также при необходимости доработку перечисленных медиапродуктов с учетом их замечаний	<i>Знает:</i> требования к качеству творческих пилотных проектов в области медиа, приемы и способы презентации проектов <i>Умеет:</i> презентовать проект заинтересованной стороне и при необходимости осуществлять его доработку с учетом замечаний
ПК-2.	Способен проектировать организационные структуры медиакомпаний и применять их для создания медиакомпаний, отделов, структур и отдельных проектов	1. Разрабатывает концептуальные документы деятельности медиакомпаний, отделов, структур и медиапроектов	<i>Знает:</i> разные виды документов, регламентирующие деятельность разных структур и медиакомпаний <i>Умеет:</i> создавать разные виды документов, регламентирующие деятельность разных структур и медиакомпаний
		2. Формирует организационную структуру и штатное расписание медиакомпаний и их отдельных подразделений, а также медиапроектов	<i>Знает:</i> профессиональные требования, предъявляемые к персоналу в медиакомпаниях <i>Умеет:</i> выстраивать организационную структуру медиакомпаний с учетом стоящих перед ней задач
		3. Составляет квалификационные требования к персоналу для проектируемых медиакомпаний, медиаструктур и медиапроектов	<i>Знает:</i> квалификационные требования к персоналу <i>Умеет:</i> разрабатывать систему квалификационных испытаний для отбора персонала
ПК-3.	Способен разрабатывать маркетинговые стратегии, управлять вопросами создания, ценообразования, дистрибуции и продвижения медиапродуктов	1. Проводит эмпирический анализ медиасистем и медиарынков	<i>Знает:</i> методы количественного и качественного исследования социума, структуры общественных коммуникаций, основных социальных рисков. <i>Умеет:</i> применять различные методы исследования для анализа медиасистем и медиарынков
		2. Осуществляет маркетинговый аудит медиакомпаний,	<i>Знает:</i> подходы к формулированию проблемы и описанию проблемной ситуации;

	медиаструктур и медиапроектов	<i>Умеет:</i> описывать проблемную ситуацию в целях проведения научного исследования;
	3. Разрабатывает стратегические планы развития медиакомпаний, медиаструктур и медиапроектов	<i>Знает:</i> алгоритм построения целей и задач, необходимый для принятия стратегических решений; <i>Умеет:</i> принимать эффективные управленческих решений и находить оптимальные путей достижения целей;
	4. Модерирует разработку и высказывает предложения по совершенствованию корпоративной политики в области создания, ценообразования, дистрибуции и продвижения медиапродуктов	<i>Знает</i> принципы корпоративной политики на разных этапах создания медиапродукта <i>Умеет:</i> применять принципы корпоративной политики в профессиональной деятельности

2. Определение темы выпускной квалификационной работы

2.1. Сроки определения тем ВКР кафедрой

Примерный перечень тем ВКР ежегодно формируется научным руководителем программы магистратуры до 1 сентября, утверждается на заседании кафедры до 1 октября для размещения на информационно-образовательном портале.

2.2. Сроки формулировки темы ВКР обучающимся

Обучающийся первого курса выбирает тему ВКР из размещенного на ИОП перечня тем ВКР или формулирует ее самостоятельно в срок не позднее 15 декабря для заочной формы обучения путем подачи письменного заявления о закреплении темы ВКР на имя заведующего кафедрой по форме согласно приложению А.

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

2.3. Сроки закрепления темы ВКР и руководителя за обучающимся

Заведующий кафедрой филиала готовит проект приказа о закреплении за обучающимися руководителей ВКР с указанием тем ВКР и согласовывает его с заместителем директора филиала по учебно-методической работе до 30 января (для заочной формы обучения).

Руководители ВКР (при необходимости — консультанты из числа профессорско-преподавательского состава других кафедр филиала Финансового университета) и темы ВКР закрепляются за обучающимися первого курса приказом по филиалу Финансового университета не позднее 30 января (для заочной формы).

2.4. Сроки изменения или уточнения темы ВКР

Изменение темы ВКР в исключительных случаях возможно не позднее, чем за два месяца, а уточнение темы — не позднее, чем за один месяц до предполагаемой даты защиты ВКР, на основании согласованного с руководителем

ВКР и научным руководителем программы магистратуры личного заявления обучающегося, составленного на имя руководителя кафедры филиала, с обоснованием причины корректировки.

Изменение или уточнение темы ВКР студентов оформляется приказом Ярославского филиала Финансового университета.

3. Руководство и контроль подготовки ВКР

3.1. Непосредственное руководство ВКР осуществляет руководитель из числа профессорско-преподавательского состава кафедры. В обязанности руководителя ВКР входит:

консультирование обучающегося в соответствии со сроками, установленными приказом Ярославского филиала Финансового университета «Об утверждении перечня тем выпускных квалификационных работ и сроках их подготовки студентами, обучающимися по программам высшего образования – программам магистратуры в Ярославском филиале Финансового университета»;

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

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

оказывать помощь при составлении и заполнении индивидуального плана работы (ИПР) обучающегося на ИОП, контролировать выполнение заданий ИПР и проставлять баллы за их выполнение на ИОП, давать рекомендации по участию в научных конференциях, семинарах и других научных мероприятиях;

информировать служебной запиской заведующего кафедрой филиала, а также руководство филиала в случае несоблюдения обучающимся графика подготовки ВКР для применения мер воздействия, предусмотренных Правилами внутреннего трудового и внутреннего распорядка обучающихся, утвержденными приказом Финансового университета от 15.07.2013 №2 1335/0;

осуществлять контроль за качеством выполнения и сроками подготовки ВКР в соответствии с ИПР обучающихся;

принимать решение о готовности ВКР и размещении ее обучающимся на ИОП;

информировать служебной запиской руководителя кафедры (в филиалах — руководителя соответствующего структурного подразделения) о неготовности ВКР, в том числе и к размещению на ИОП;

представить письменный отзыв о работе обучающегося в период подготовки ВКР по форме согласно приложению Г. В случае выполнения одной ВКР несколькими обучающимися руководитель ВКР представляет отзыв о совместной работе обучающихся в период подготовки ВКР, учитывая индивидуальный вклад каждого обучающегося. При наличии практического внедрения справки

оформляются также на каждого обучающегося индивидуально, с указанием конкретных элементов работы, получивших внедрение; разместить отзыв на ИОП; оказать консультационную и методическую помощь при подготовке презентации и доклада; присутствовать на защите ВКР при условии, если он не задействован в аудиторной работе со студентами;

в обязательном порядке проверяет ВКР в системе «Антиплагиат. ВУЗ»;

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

Консультант обязан:

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

- давать квалифицированные рекомендации в части содержания консультируемого вопроса.

3.3. Обучающийся обязан:

- вести НИР в соответствии с ИПР, заданиями руководителя ВКР и руководителя научно-исследовательского семинара (далее — НИС);

- своевременно заполнять и вести ИПР в личном кабинете на ИОП;

- разработать и согласовать с руководителем план подготовки ВКР;

- систематически работать над ВКР в соответствии с установленными кафедрой филиала сроками и требованиями, используя методические рекомендации кафедры филиала;

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

- представить ВКР в установленные сроки.

3.4. Условия замены руководителя ВКР

Допускается замена руководителя ВКР. При этом:

- если замена руководителя ВКР происходит в случае кадровых изменений или неудовлетворительной оценки работы руководителя с обучающимся, полученной по результатам его заслушивания на заседании кафедры филиала, согласие обучающегося не требуется;

- замена руководителя ВКР по другим причинам допускается с согласия обучающегося, подтвержденного его заявлением, согласованным с заместителем директора филиала по учебно-методической работе, составленного на имя руководителя кафедры филиала с обоснованием причин замены.

Замена руководителя ВКР осуществляется приказом филиала Финансового университета о замене руководителя ВКР и отражается на ИОП в ИПР обучающегося. Проект приказа готовит руководитель кафедры и согласовывает с заместителем директора филиала по учебно-методической работе.

3.5. Требования к отзыву руководителя (установлены приложением Г данных методических рекомендаций).

В отзыве отражается:

- уровень сформированности компетенций, продемонстрированный в ходе работы над ВКР (перечень компетенций установлен методическими рекомендациями по выполнению ВКР в соответствии с ОС ФУ);
- соответствие доли (%) заимствований в ВКР требованиям Финуниверситета (не более 15%);
- недостатки в работе обучающегося в период подготовки ВКР;
- соответствие ВКР требованиям, предъявляемым к ВКР, и может (не может) быть рекомендована к защите на заседании ГЭК.

3.6. Требования к рецензии.

В письменной рецензии (Приложение Д) оценивается:

- актуальность темы, самостоятельность подхода к ее раскрытию (наличие собственной точки зрения автора);
- соответствие выводов поставленным целям и задачам;
- умение пользоваться современными методами сбора и обработки информации;
- наличие практических рекомендаций и возможностей реализации полученных результатов;
- достоинства и недостатки работы.

В заключении рецензент излагает свою точку зрения об общем уровне ВКР и оценивает ее.

4. Структура и содержание ВКР

4.1. ВКР должна отвечать следующим требованиям:

ВКР должна включать следующие разделы:

- титульный лист (по форме согласно приложению В);
- содержание;
- введение;
- основная часть, структурированная на главы и параграфы;
- заключение;
- список использованных источников;
- приложения.

4.2. Требования к содержанию и объему разделов ВКР.

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, выбираются методы научного исследования, обязательно отражается теоретическая и практическая значимость работы. В качестве апробации результатов исследования указываются:

- 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.

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

Заключение как самостоятельный раздел ВКР содержит краткий обзор основных аналитических выводов проведенного исследования и описание полученных в ходе него результатов.

В заключении должны быть представлены:

- общие выводы по результатам работы;

- предложения по использованию результатов работы, возможности внедрения разработанных предложений (указывается наличие справки о внедрении, если имеется);

- возможные направления дальнейшего научного исследования проблемы.

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

4.3. Требования к объему работы.

Рекомендуемый объем составляет не менее 80 и не более 100 страниц без учета приложений, для коллективной ВКР 150 - 200 страниц без учета приложений.

5. Порядок подготовки ВКР

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

Руководитель ВКР в обязательном порядке проверяет представленную работу в системе «Антиплагиат. ВУЗ» и корректность оформления заимствований, выявленных в результате проверки. В случае выявления заимствований в объеме более 15%, научный руководитель проводит анализ текста на соблюдение норм правомерного заимствования и принимает решение о правомерности использования заимствованного текста в ВКР. Экспертная оценка уровня авторского текста в ВКР отражается в отзыве руководителя ВКР. В случае выявления факта неправомерного заимствования при подготовке ВКР работа возвращается руководителем ВКР обучающемуся на доработку.

5.2. Порядок и сроки размещения электронной версии ВКР на ИОП.

Обучающийся обязан разместить с разрешения руководителя ВКР подготовленную и оформленную в соответствии с методическими рекомендациями кафедры ВКР в электронном виде (далее — ЭВКР) на ИОП не позднее 10-ти календарных дней до начала ГИА согласно календарному графику, ежегодно утверждаемому приказом об организации учебного процесса. К ВКР в распечатанном и переплетенном виде прилагается разрешения на размещение ВКР на ИОП Финуниверситета (Приложение Е).

5.3. Порядок и сроки представления ВКР на бумажном носителе с отчетом о результатах проверки в системе «Антиплагиат.ВУЗ» и отзывом руководителя на выпускающую кафедру.

ВКР в распечатанном и переплетенном виде, соответствующем электронной версии, размещенной на ИОП, подписывается обучающимся, руководителем ВКР,

консультантом (при наличии) и представляется обучающимся вместе с письменным разрешением обучающегося на размещение ВКР на ИОП, отзывом руководителя ВКР, рецензией и отчетом о проверке на заимствования по системе «Антиплагиат.ВУЗ» на кафедру филиала не позднее 5-ти календарных дней до даты защиты ВКР.

5.4. Условия допуска обучающегося к защите ВКР.

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

6. Требования к оформлению ВКР

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

6.8. Нумерация разделов производится арабскими цифрами, а именно:

Пример – 1 Понятие и виды сделок

1.1 Понятие сделки

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

Пример – 1 Понятие и виды сделок

1.1 Понятие сделки

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

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

6.8.1. Пример оформления содержания:

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	3
1 Средства выражения авторской интенции в публицистическом тексте	8
1.1 Понятие интенции в науке: этапы развития, подходы к пониманию	8
1.2 Научные методы выявления авторских интенций	20

1.3 Средства выражения авторской интенции	32
1.4 Структура и особенности региональной прессы	40
2 Авторские интенции и средства их выражения в материалах региональных печатных СМИ.....	52
2.1 Характеристика основных региональных печатных изданий	52
2.2 Средства выражения авторской интенции в газетах «Золотое кольцо», «Караван РОС», «Северный край», «Юность»	63
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	80
СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ (ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ) И ИНТЕРНЕТ-РЕСУРСОВ	84
ПРИЛОЖЕНИЯ	

6.9. Нумерация страниц.

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

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

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

Каждую главу работы следует начинать с нового листа.

Параграф начинать с нового листа не следует.

6.10. Иллюстрации и таблицы.

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

Иллюстрации подписываются внизу. Начало подписи начинается с уровня абзацного отступа. Например:

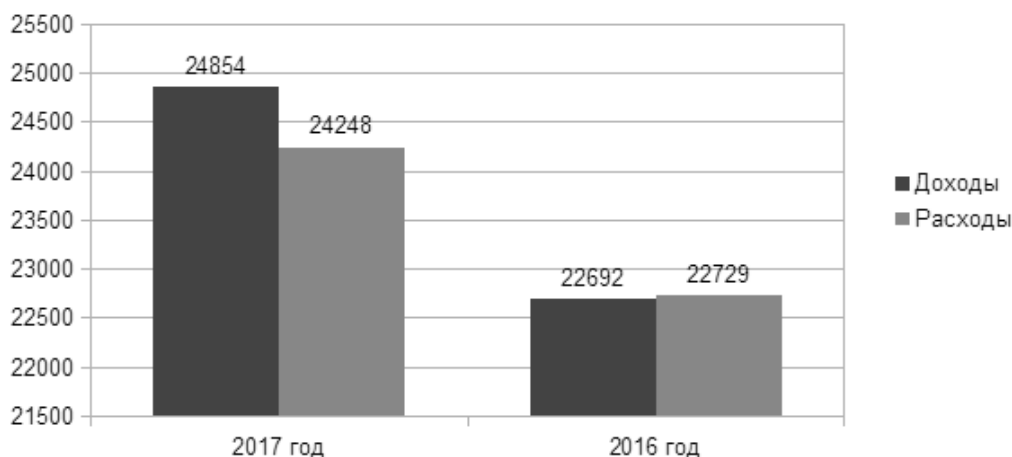


Рисунок 1 – Динамика доходов и расходов в 2016-2017 гг., тыс. руб.

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

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

Пример оформления таблицы:

Таблица 2.1 – Расходы на оплату труда

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

6.11. Цитирование, ссылки и сноски.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

6.13. Образцы библиографических описаний документов в списках литературы

1. Описание книги одного автора

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

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

2. Описание книги 2, 3-х авторов

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

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

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

3. Описание книги 4-х авторов

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

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

4. Описание книги 5-ти и более авторов

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

Сто лет развития. 1919-2019 / авт.-сост.: Я. А. Пляйс, С. Л. Анохина, Т. А. Мирошникова [и др.] ; под общ. ред. М. А. Эскиндарова ; Финансовый ун-т при Правительстве Российской Федерации. — Москва : Международные отношения, 2019. — 696 с.

5. Описание сборников

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

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

6. Описание статей из газет, журналов и сборников

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

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

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

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

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

7. Описание нормативных правовых актов

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

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

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

Об образовании в Российской Федерации : Федер. закон от 29 дек. 2012 г. № 273-ФЗ : [принят Государственной Думой 21 дек. 2012 г. : одобрен Советом Федерации 26 дек. 2012 г.] // Собрание законодательства Российской Федерации. — 2012. — 31 дек. — № 53. — Ст. 7598.

ГОСТ Р 57564–2017. Организация и проведение работ по международной стандартизации в Российской Федерации = Organization and implementation of

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

8. Описание диссертаций, авторефератов диссертаций, депонированных рукописей

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

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

Лабынцев Н.Т. Профессионально-общественная аккредитация и независимая оценка квалификаций в области подготовки кадров и осуществления бухгалтерской деятельности / Н.Т. Лабынцев, Е.А. Шароватова ; Ростовский гос. экон. ун-т (РИНХ). – Ростов-на-Дону, 2017. – 305 с. – Деп. в ВИНТИ РАН 10.01.2017 № 1-В2017.

9. Описание дисков и других ресурсов локального доступа

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

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

10. Описание электронных ресурсов сетевого распространения

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

Салин В.Н. Банковская статистика : учеб. и практикум для вузов / В.Н. Салин, О.Г. Третьякова. — Москва : Юрайт, 2020. — 215 с. — (Высшее образование). — ЭБС Юрайт. — URL: <https://ezpro.fa.ru:3217/bcode/450266> (дата обращения: 18.01.2021). — Текст: электронный.

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

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

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

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

6.14. Общие требования к приложениям.

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

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

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

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

6.15. Законченная выпускная квалификационная работа подписывается студентом:

— на титульном листе;

— после заключения записывается следующее:

«Данная работа выполнена мною самостоятельно»

« ____ » _____ 20__ г.

(дата сдачи работы – заполняется от руки)

_____ (подпись автора)

7. Правила подготовка к защите ВКР

7.1. Предварительная защита ВКР производится с целью проверки готовности

студентов к защите ВКР на государственных экзаменационных комиссиях.

Явка студентов на предварительную защиту является обязательной и производится в соответствии с графиком предварительных защит кафедры. При отсутствии студентов без уважительной причины и при непредставлении материалов комиссии, рассматривается вопрос о его недопуске к итоговой государственной аттестации.

На предварительную защиту необходимо представить в отдельной папке:

- подписанное студентом и руководителем задание на ВКР;
- краткий отзыв на ВКР, подписанный руководителем;
- тезисы доклада, подписанные руководителем;
- распечатанные слайды на защиту;
- электронный вариант презентационных материалов;
- отчет о проверке ВКР в системе «Антиплагиат».

Также отдельно предоставляется текст ВКР в несброшюрованном виде с титульным листом.

Руководитель должен завизировать следующие документы студентов:

- задание на ВКР;
- тезисы доклада;
- распечатанные слайды.

Срок представления материалов – за один день до установленной даты предзащиты.

ВКР должна быть оформлена в соответствии с требованиями по её оформлению. Слайды презентации доклада должны содержать титульный лист, слайд с целью и задачами исследования. Слайды обязательно нумеруются, имеют название. Количество слайдов – 10-15 шт.

Из числа профессорско-преподавательского состава кафедры формируется комиссия по предварительной защите. В комиссию могут входить представители организаций-работодателей.

Комиссия до начала предварительной защиты проводит оценку представленных материалов и выявляет студентов, имеющих недоработки и замечания со стороны членов комиссии и студентов, наиболее подготовленных к предзащите ВКР.

Во время предварительной защиты комиссия заслушивает наиболее подготовленных студентов, на основе которых демонстрируется анализ слайдов, доклада, ответов на вопросы. Также заслушиваются студенты, имеющих недоработки и замечания со стороны членов комиссии.

При выступлении студент делает доклад, раскрывающий сущность его работы. Основной упор – на характеристику объекта исследования, раскрытие выявленных проблем и предложения по их совершенствованию.

При выявлении грубых нарушений в подготовке ВКР, неявки студентов и прочих моментов, влияющих на допуск студентов к итоговой государственной аттестации, комиссия сообщает заведующему кафедрой.

7.2. Требования к содержанию доклада.

Доклад должен включать в себя:

- обоснование актуальности избранной темы;
- описание научной проблемы и формулировку цели работы;
- положения, выносимые на защиту;
- практическую значимость работы.

В заключительной части доклада перечисляются общие выводы и интересные результаты. На доклад студенту отводится не более 15 минут.

7.3. Требования к презентации ВКР.

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

7.4. Процедура защиты ВКР

Защита ВКР проводится в установленное расписанием проведения государственных аттестационных испытаний время на заседании ГЭК по соответствующему направлению подготовки.

Процедура защиты ВКР включает в себя:

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

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

7.5. Порядок определения результатов защиты ВКР

ГЭК при определении результата защиты ВКР принимает во внимание:

- оценку руководителем ВКР работы обучающегося в период подготовки ВКР;
- оценку рецензента за работу в целом, учитывая наличие научных результатов, практической значимости и обоснованности выводов и рекомендаций, сделанных обучающимся в результате проведенного исследования;
- наличие по теме исследования опубликованных работ в научных изданиях;
- наличие подтверждения апробации результатов исследования в виде справки о внедрении, участия с докладами на научных мероприятиях;
- индивидуальные оценки членов ГЭК содержания работы, ее защиты,

включая доклад, ответы на вопросы членов комиссии и замечания рецензента;

- уровень и качество индивидуального вклада каждого члена исследовательского коллектива (в случае выполнения коллективной ВКР исследовательским коллективом).

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

7.6. Порядок повторной защиты ВКР.

Обучающиеся, не прошедшие государственное аттестационное испытание в форме защиты ВКР в связи с неявкой по неуважительной причине или в связи с получением оценки «неудовлетворительно» отчисляются из Финансового университета с выдачей справки об обучении как не выполнившие обязанностей по добросовестному освоению образовательной программы и выполнению учебного плана.

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

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

При повторном прохождении ГИА на основании заявления обучающегося ему может быть утверждена другая тема ВКР.

7.7. Порядок защиты ВКР в случае неявки на защиту ВКР по уважительной причине

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

Обучающиеся, не прошедшие государственное аттестационное испытание в форме защиты ВКР в связи с неявкой по неуважительной причине или в связи с получением оценки «неудовлетворительно» отчисляются из Финансового университета с выдачей справки об обучении как не выполнившие обязанностей по добросовестному освоению образовательной программы и выполнению учебного плана.

7.8. Сроки подачи апелляции

По результатам защиты ВКР обучающийся имеет право подать в

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

8. Критерии оценки ВКР

Перечень компетенций, формируемых в процессе подготовки и защиты ВКР, содержится в п.1.2. раздела 1. «Общие положения» данных методических рекомендаций.

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 на кафедру, есть отдельные недостатки в ее оформлении; в процессе защиты работы дана общая характеристика основных положений работы, были неполные ответы на вопросы.

Оценка «удовлетворительно» ставится когда: тема работы раскрыта частично, но в основном правильно, допущено поверхностное изложение отдельных вопросов темы; 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, 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, не в полном объеме по содержанию и оформлению соответствует предъявляемым требованиям; на защите выпускник показал поверхностные знания по исследуемой теме, отсутствие представлений об актуальных проблемах по теме работы, плохо отвечал на вопросы.

Форма заявления о закреплении темы ВКР

**ЯРОСЛАВСКИЙ ФИЛИАЛ
ФИНУНИВЕРСИТЕТА**

Заведующему кафедрой «Государственн
и муниципальное управление
медиакommunikации»

Кафедра «Государственное
муниципальное управление
медиакommunikации»

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

(фамилия и.о. обучающегося)

(подпись)

(и.о. фамилия)

(№ учебной группы)

« ____ » _____ 202__ г.

Тел. _____

E-mail _____

ЗАЯВЛЕНИЕ¹

Прошу закрепить за мной тему ВКР « _____ ».

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

« ____ » _____ 202__ г.

подпись обучающегося

И.О. Фамилия

Согласовано:
Руководитель ВКР

(подпись)

(И.О. Фамилия)

« ____ » _____ 202__ г.

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

Форма плана-задания на ВКР

ЯРОСЛАВСКИЙ ФИЛИАЛ
ФИНУНИВЕРСИТЕТА

Кафедра «Государственное и
муниципальное управление и
медиакоммуникации»

УТВЕРЖДАЮ

Руководитель ВКР

(должность, уч. степень, уч.звание)

(подпись) (И.О. Фамилия)

«____» _____ 202_ г.

**ПЛАН-ЗАДАНИЕ
на выпускную квалификационную работу¹**

обучающегося _____
(фамилия, имя, отчество)

Тема выпускной квалификационной работы
«_____»

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

Целевая установка:²

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

¹ План-задание согласовывается руководителем с обучающимся и размещается обучающимся в личном кабинете на платформе не позднее 15 календарных дней с даты издания приказа о закреплении темы ВКР.

² Руководитель ВКР совместно с обучающимся может конкретизировать целевую установку задачами.

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

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

Выпускная квалификационная работа

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

Направление подготовки 42.04.05 «Медиакоммуникации»
Магистерская программа «Проектная деятельность в медиакоммуникациях»

Выполнил студент учебной группы

_____ (номер учебной группы)

_____ (фамилия, имя, отчество полностью) (подпись)

Руководитель _____ (ученая степень и/или звание)

_____ (фамилия, имя, отчество полностью) (подпись)

ВКР соответствует предъявляемым требованиям
Заведующий кафедрой «Государственное и
муниципальное управление и медиакоммуникации»
кандидат экономических наук, доцент
(ученая степень и/или звание)

_____ (подпись)

_____ (И.О. Фамилия)

« _____ » _____ 20__ г

Ярославль 20__

Образец оформления отзыва руководителя ВКР

Примерное содержание отзыва руководителя о работе обучающегося в период подготовки ВКР

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

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

ОТЗЫВ РУКОВОДИТЕЛЯ

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

Обучающийся _____

Направление подготовки 42.04.05 «Медиакоммуникации»

Магистерская программа «Проектная деятельность в медиакоммуникациях»

Наименование темы « _____ »

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

1. Соответствие заявленных целей и задач теме ВКР:

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

2. Соответствие полученных результатов заявленным цели и задачам:

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

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

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

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

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

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

Пример формулировки: В выпускной квалификационной работе проведен анализ социально-экономических показателей развития г. Ярославля, дана оценка инновационной среды Ярославля, проведен анализ показателей реализации программ инновационного развития города, который позволил выявить направления инновационного развития города Ярославля. В работе приводится обоснование предложенных мер, произведен расчет их эффективности, в этом состоит практическая значимость работы.

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

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

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

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

ОПК-3 Способен анализировать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов

ОПК-4 Способен анализировать потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты

ОПК-5 Способен для принятия профессиональных решений анализировать актуальные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования

ПК-1 Способен разрабатывать новые виды форматов медиапродукции, производить творческие пилотные проекты

ПК-2 Способен проектировать организационные структуры медиакомпаний и применять их для создания медиакомпаний, отделов, структур и отдельных проектов

ПК-3 Способен разрабатывать маркетинговые стратегии, управлять вопросами создания, ценообразования, дистрибуции и продвижения медиапродуктов

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

9. Недостатки в работе обучающегося в период подготовки ВКР:

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

ФИО руководителя ВКР полностью _____

«___» _____ 20___ г.

Форма и требования к рецензии

НА БЛАНКЕ ОРГАНИЗАЦИИ

РЕЦЕНЗИЯ

на выпускную квалификационную работу

Студента: Иванов Владимир Алексеевич

Направления: 42.04.05 Медиакоммуникации

Магистерская программа: «Проектная деятельность в медиакоммуникациях»

№ группы: _____

№ личного дела: _____

Тема: « _____ »

Требования к рецензии

В рецензии дается:

1. анализ содержания и основных положений рецензируемой работы;
2. оценка актуальности избранной темы;
3. оценка самостоятельности подхода к ее раскрытию (наличия собственной точки зрения автора);
4. умения пользоваться современными методами сбора и обработки информации;
5. степени обоснованности выводов и рекомендаций;
6. достоверности полученных результатов, их новизны и практической значимости.

Наряду с положительными сторонами работы отмечаются **недостатки работы**.

В заключение рецензент дает характеристику общего уровня ВКР и **оценивает ее по пятибалльной системе**, после чего подписывает титульный лист работы.

Объем рецензии должен составлять **не менее трех страниц** машинописного текста.

Подпись рецензента обязательна должна быть **заверена печатью организации** в которой он работает.

Студенту дается возможность ознакомиться с рецензией **не позднее двух дней до даты защиты ВКР**.

Рецензент:

Ученая степень, учёное звание (при наличии) _____

Должность _____

Фамилия Имя Отчество _____

Дата _____

Форма разрешения на размещение ВКР на ИОП Финуниверситета

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

1. Я, _____
(фамилия, имя, отчество)

паспорт серии _____ № _____, выдан _____

(кем и когда выдан паспорт)

зарегистрирован (-а) по адресу: _____

являющийся (-аяся) студентом _____

(факультет/отделение, группа)

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

(название работы)

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

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

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

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

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

Дата: _____ Подпись: _____